LE MAGAZINE FRANCOPHONE DES **ARTS GRAPHIQUES AU CANADA**

MAÎTRE IMPRIMEUR

Juillet/Septembre 2010 **Vol.73 - Nº. 3**

- **LES GENS**
  DENIS RAYMOND
  Un homme de défis
- **FLASH-ACTU**
  CASCADES
  de grandes annonces
- **CE QU'ILS ON DIT DU...**
  MÉTIER DE
  découpage

Société canadienne des postes Envois de publication convention 41984516
Adresse de retour : 636, rue des Vignobles, Rosemère (Québec) J7A 4P9

Affichez vos couleurs !

Le grand rassemblement des arts graphiques et de l'affichage

ARTS GRAPHIQUES | IMPRIMERIE | FINITION |
FLEXOGRAPHIE | IMPRESSION NUMÉRIQUE |
GRANDS FORMATS | SÉRIGRAPHIE |
AFFICHAGE IMPRIMÉ ET NUMÉRIQUE

Salon grafik 'Art Tradeshow

Montréal 2011

14, 15 ET 16 AVRIL 2011

Place Bonaventure
800, rue de la Gauchetière O.
Montréal (Québec) H5E 1K6
Métro Bonaventure
et Square Victoria

Réservez votre emplacement dès aujourd'hui
Tél. : 450 818-5373
Téléc. : 450 818-5372
luc@grafikartmontreal.com

Présentation de
MAÎTRE IMPRIMEUR

www.grafikart.ca

MAÎTRE IMPRIMEUR

Conception et réalisation
Rédaction et publicité

7591004 Canada inc.
636, rue des Vignobles
Rosemère (Québec) J7A 4P9
Tél. : 450 818-5373
Téléc. : 450 818-5372
Courriel : info@maitreimprimeur.com

Coéditeur
Luc Saumure
Coéditeur
Gerry Bonneau
Directeur de production
Luc Saumure
Directrice de l'information
Nathalie Charbonneau
Journalistes
Patricia Gougeon
Paul Therrien
Correction-révision
Eileen Sutherland
Photographes
Michel Brosseau
Sébastien Arbour
Publicité
Sylvain Saumure
Madeleine Blain
Ventes nationales
Paul Casavant

Dépôt légal
Bibliothèque Nationale du Québec
ISBN 2 - 9804260 - 0 - 8
Bibliothèque Nationale du Canada
ISSN 1198 - 9203

© **MI - Maître Imprimeur**, 2010
Toute reproduction, par quelque procédé que ce soit, en tout ou en partie, du présent ouvrage, sans l'autorisation écrite de l'éditeur, est strictement interdite.

Distribution
Postes Canada
Envoi de publication, convention #41984516

Index des annonceurs

APP **4**
Argile **37**
D et D industrie **18**
Dieco **25**
Drupa **41**
Édicible **31**
Emballages Carrousel **28**
Foil Grafix **22**
Fujifilm **52**
Goss International **12**
Grafik'Art **2**
Grafix Électrotechnique **11**
Graphic Focus **13**
Heidelberg **49**
Imprimerie Les Compagnons **19**
KBR Graphiques **17**
Litho Mille-Îles **20, 36**
Man Roland **9**
Matrimax **24**
Médiatech **43**
Norampac **23**
Papier Coast **51**
Pentagon Graphics **30**
Plastirale Services **10**
Relipro **14**
Reliure Sélecte **6**
Spiraplast **27**
Tek Graphix **7, 35**
Unigraph International **45**
Xerox **49**

Impression et prépresse : Litho Mille-Îles

Le vernis sélectif de la couverture a été réalisé par Super Lustre Graphique. **514 939-3404**

La reliure a été réalisée par Reliure Express. **418 774-3277**

Le magazine *MI* est imprimé sur du papier certifié FSC, ***Pacesetter texte lustré 160M*** distribué par Papier Coast.

LOGO FSC

SOMMAIRE

POINT DE MIRE

21 L'EMBALLAGE, UN PRODUIT AUX MULTIPLES FONCTIONS
beau,bon et... vert!

6 ACTUALITÉS D'ICI ET D'AILLEURS
Tour d'horizon des plus récentes nouvelles de l'industrie de la chaîne graphique sur les scènes locales, nationales et internationales.

15 ÉVÉNEMENT
Prix d'excellence en communications graphiques : 23e édition de la cérémonie

16 ÉVÉNEMENT
Grafi'Com Formation : Lancement d'une mutuelle de formation

18 ÉVÉNEMENT
L'événement Papier Coast : 3e édition

38 LES GENS - DENIS RAYMOND, UN HOMME DE DÉFIS
Entrevue intimiste avec un artisan de l'industrie, une rencontre privilégiée où l'on découvre la personnalité des femmes et des hommes qui la composent.

42 FLASH-ACTU - DE GRANDES ANNONCES CHEZ CASCADES
Regard pertinent sur les sujets les plus chauds de l'heure et les dossiers d'actualité qui vous touchent.

44 CE QU'ILS ONT DIT DU... MÉTIER DE DÉCOUPAGE
Chronique qui lève le voile sur les différents métiers de l'industrie.
Les artisans témoignent de leur réalité au quotidien.

46 TECHNO ET NOUVEAUTÉS
- Epson : Imprimante *Stylus Pro WT7900*
- Canon : *ImagePress C7010VP, C6010VP* et *C6010*
- Xerox : Imprimante multifonction *ColorCube Série 9200*

Faites bonne Impression.

CHOISIR **ENOVA,** C'EST PROTÉGER LA FORÊT ET FAVORISER LE RECYCLAGE.

Saviez-vous que

30 % des fibres constituant ENOVA sont issues de déchets postconsommation de sources PEFC certifiées.

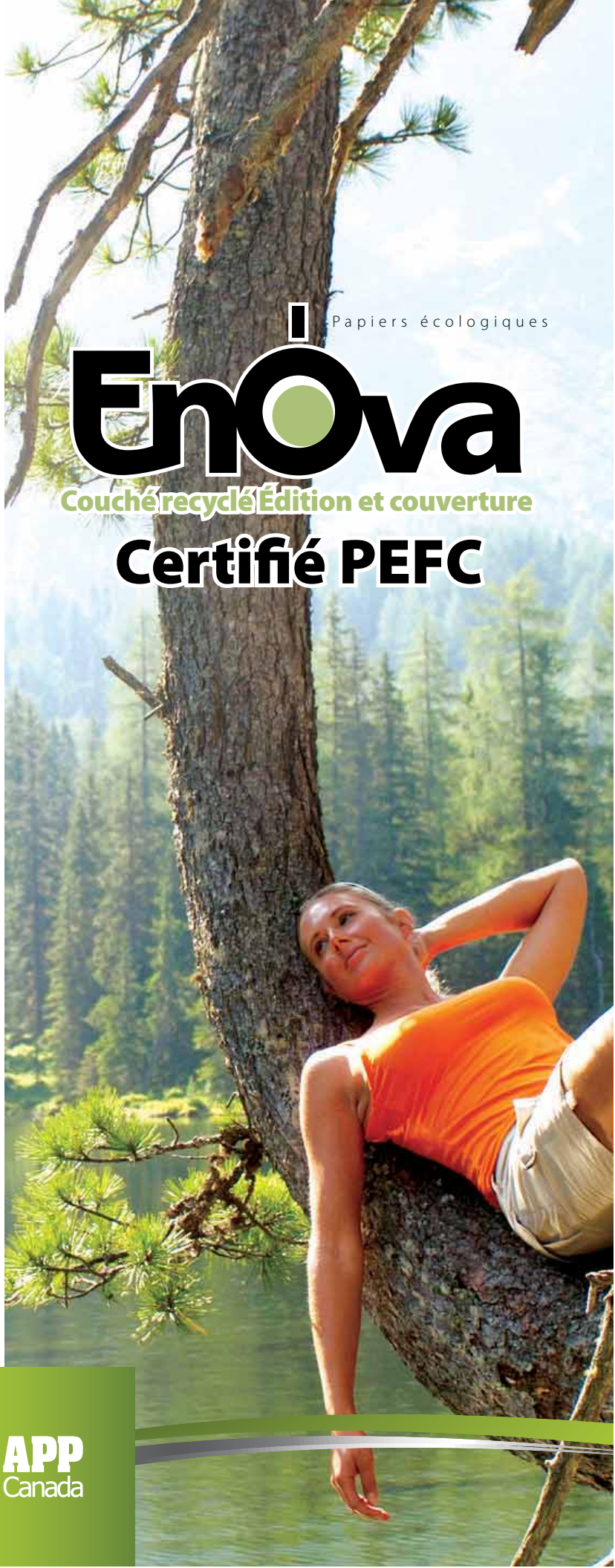
PEFC™
PEFC/01-31-87

30%

Montréal
514 · 339 · 2300
800 · 825 · 0929

Toronto
905 · 450 · 2100
800 · 446 · 3336

Vancouver
778 · 855 · 0607
604 · 777 · 2226



APP Canada

Ce mois-ci
la rédaction vous propose :

- **L'emballage, beau, bon et vert!**
  un dossier sur un domaine de l'imprimerie qui connaît une forte croissance.
- **Flash-actu**
  De grandes annonces chez Cascades, dont l'investissement de plus de 10 M $ à son usine d'East Angus.
- **Ce qu'ils ont dit**
  ... du métier de découpage à l'emporte-pièce.
- **Les gens**
  une rencontre avec Denis Raymond, président de l'imprimerie Les Compagnons.

Qui sont les vrais gagnants de la facture électronique ?

Avancer l'argument écologique pour pousser à la facturation électronique, c'est un plus pour l'image de l'entreprise, et c'est aussi s'assurer une plus forte adhésion de la part de ses clients. Or, c'est tromper le grand public. L'argument avancé est souvent faux et sert beaucoup des intérêts purement économiques. Des campagnes de déinformation pratiquées à outrance et à des fins exclusivement économiques s'appuient sans fondement sur l'argument écologique, discréditant le courrier papier, une matière pourtant recyclable et biodégradable. Voici quelques exemples de phrases avancées par des grandes entreprises : « Pensez environnement ! », « Trop de papier ! », « Faites un geste simple pour l'environnement, passez à la facture sur Internet »... Au Canada, plusieurs entreprises de télécommunications facturent 2$ de frais additionnels pour l'envoi de courrier papier à leurs clients. On comprend mieux pourquoi ils sont au premier plan pour se découvrir une vocation environnementaliste... rentable d'être écologique! Positionnés sur les courriers adressés aux particuliers, ces messages alimentent le mythe du papier, mauvais et nuisible pour l'environnement. L'industrie papetière est l'une des plus propres et responsables, elle représente la première industrie du recyclage. De plus, les forêts exploitées pour la production de pâtes à papier sont de plus en plus certifiées PEFC ou FSC afin de garantir leur renouvellement et le maintien de la biodiversité des espèces. Aussi, l'industrie des arts graphiques consent de plus en plus d'efforts dans le développement de technologies plus vertes, tant au chapitre du papier, des encres, des vernis que des plaques.

La facturation électronique est-elle un vrai besoin ? L'argument écologique est d'autant moins vrai que par obligation, le destinataire doit imprimer cette facture en deux ou trois exemplaires, car je doute que le fisc se contente d'une facture uniquement sur écran. Or, l'impression sur imprimante laser ou jet d'encre engendre beaucoup plus de déchets qu'une impression offset. Par ailleurs, le client paie le papier, le toner ou la cartouche et doit se charger de l'écoramassage de ces éléments polluants. Tout le bénéfice est pour l'émetteur.

Le téléchargement électronique apparait comme un plus pour le consommateur : moins de papier, tout sur le disque dur. L'évolution des logiciels rend souvent difficile l'accès de données anciennes. Enfin, l'évolution rapide des ordinateurs incite à changer souvent de matériel et des documents sont souvent perdus dans cette opération. La traçabilité du papier reste une valeur sûre.

N'oubliez pas que le *MI* est à *votre service*, c'est *votre* magazine, alors n'hésitez pas à nous faire parvenir *vos* nouvelles.

Bonne lecture,

Luc Saumure, coéditeur

ACTUALITÉS D'ICI

Nathalie Charbonneau
DIRECTRICE DE L'INFORMATION
MI

ENVIRONNEMENT

Entreprise socialement responsable

Xerox a été nommée parmi les 50 entreprises les plus socialement responsables par le magazine *Maclean*. Ce classement annuel sélectionne les entreprises selon leur rendement fondé sur un vaste éventail d'indicateurs environnementaux, sociaux et de gouvernance. Xerox a été sélectionnée en raison de sa culture inclusive et de sa main-d'œuvre diversifiée; du fait qu'elle met au point des produits qui contribuent directement à la durabilité; et de ses partenariats avec des organismes environnementaux notables, comme le Nature Conservancy. Notons que depuis plus de 40 ans, Xerox a démontré son leadership en matière de citoyenneté d'entreprise et de durabilité de ses produits et de ses installations, en investissant dans des innovations qui offrent des avantages mesurables pour l'environnement. En 2009, Xerox Canada a été nommée *Employeur de l'année* de l'*ACFC*, *Meilleur employeur* pour la diversité et un des 75 meilleurs employeurs de GTA, tout en étant finaliste pour les 10 cultures d'entreprises les plus admirées au Canada. Renseignements : Marie-Josée Gauvin **514 845-8222**, poste 222 ou **www.xerox.com**.

NOMINATIONS

Nouvelle présidente et chef de la direction au Canada

Xerox Corporation a nommé madame Mandy Shapansky au poste de présidente, chef de la direction et présidente du conseil de Xerox Canada. M^me^ Shapansky succède depuis le 1^er^ juillet dernier à Kevin Warren qui assume dorénavant le rôle de président, Groupe américain des solutions de Xerox, à Rochester (New York). Auparavant, elle agissait à titre de chef du personnel et directrice financière de Xerox Canada, poste qu'elle occupait depuis 2002. Elle est entrée au service de la société en 1985 et depuis, elle a occupé différents postes de direction en marketing et en finances. Dans ses nouvelles fonctions, elle dirige un effectif de 3 600 employés produisant un revenu annuel de plus de 1,2 milliard de dollars. Elle est responsable de tous les aspects du fonctionnement de Xerox Canada, dont les ventes et le soutien technique pour la gamme de produits et services de gestion des documents de Xerox, les ressources humaines, le marketing et les autres opérations au pays. Renseignements : Marie-Josée Gauvin **514 845-8222**, poste 222 ou **www.xerox.com**.

Reliure Sélecte
RELIURE ALTERNATIVE
La force d'une fusion:
plus d'efficacité plus de productivité
Un savoir-faire qui assure un meilleur produit dans les meilleurs délais.
2225, ave Chauveau, Québec (Québec) G2C 1B2 Téléphone : (418) 840-2100 Télécopie : (418) 840-2170 Sans frais : 1 800 808-9429

DÉMÉNAGEMENT

Une nouvelle adresse

Après plusieurs mois de recherche, Étiquettes Profecta, un fabricant spécialisé en impression flexographique et numérique, a annoncé son déménagement dans une nouvelle usine de 39 300 pieds carrés. Le déménagement se fera par étapes et débutera en septembre 2010. Ce nouvel emplacement permettra à l'entreprise d'avoir l'espace requis pour continuer son expansion avec des investissements en machinerie, de réorganiser les opérations de façon à être encore plus efficace et d'offrir un meilleur environnement de travail aux employés. Nouvelle adresse : Étiquettes Profecta inc. 5050, Armand-Frappier, St-Hubert, (Québec), J3Z 1G5. Renseignements : Cynthia Cyr **1 888 776-3539** ou **www.profecta.com**.

AFFICHAGE

Nouvelle image pour l'InterContinental Montréal

Après des rénovations complétées à la fin de 2009, les administrateurs de l'hôtel se sont retrouvés sans signalisation et identité visuelle. À cette période, ils ont pris contact avec le Groupe BO Concept (GBC) et le chargé de comptes Marc-André Léonard a alors coordonné les tâches de concevoir, créer et installer un affichage adapté à leurs besoins et à leurs goûts. Le nouveau décor de l'InterContinental Montréal propose un alliage somptueux entre la richesse du patrimoine historique et la fraîcheur du design contemporain. Le Groupe BO Concept a conçu une signalisation empreinte d'élégance et de sobriété s'harmonisant aux riches boiseries et à l'éclairage naturel chaleureux du lieu. Information : **514 323-6767** ou **www.groupeboconcept.com**.

TeK GraphiX
Réparation et entretien d'équipements d'imprimerie
LA SOLUTION POUR UNE BONNE IMPRESSION
• DI® presse numérique
• Systèmes CTP sans chimie
• Plaques thermales sans chimie
• Presses conventionnelles
• Produits consommables pour l'atelier d'impression
Presstek 52DI®
DISTRIBUTEUR AUTORISÉ
PRESSTEK
DI® marque déposée de Presstek inc.
www.tekgraphix.com
Sans frais 1-888-378-9797 • 450-378-9797 • Téléc. : 450-378-9752
1075, boul. Industriel, Granby (Québec) J2J 2B8

PAPETIÈRES

Important investissement en Estrie

Cascade a annoncé un investissement de 10 millions de dollars qui sera fait prochainement à l'usine Cascades East Angus. Les travaux serviront à construire une unité de pâte recyclée qui permettra de fabriquer du papier (type kraft) recyclé. Un nouveau bâtiment sera ajouté sur les terrains afin d'accueillir notamment un système de trituration, des quais de chargement et un entrepôt de vieux papiers. Cette unité sera en mesure de transformer chaque jour plus de 200 tonnes de vieux cartons en pâte recyclée. Cette intégration permettra ainsi à Cascades d'augmenter le contenu recyclé de ses papiers kraft de 43 % à 70 %. Malgré un marché difficile, Cascades continue de miser sur la fabrication de produits de papiers environnementaux. Important employeur dans la région, Cascades fait bien des heureux avec cet investissement qui apporte un vent nouveau. Pour le maire de la ville, « cet investissement est tout à l'honneur de Cascades, qui a choisi cette usine pour investir d'importants capitaux afin d'assurer la survie de la première usine de papier kraft du Canada. » Renseignements : Julie Loyer **514 232-4022** ou **www.cascades.com**.

Lancement de la toute première norme en gestion responsable d'événements

Cascades a procédé au lancement de la toute première norme en gestion responsable d'événements, développée par le Bureau de normalisation du Québec à la demande expresse du Réseau des femmes en environnement et de son Conseil québécois des événements écoresponsables. La norme établit un consensus et fournit un guide de référence qui fixe les balises de la nouvelle génération de rassemblements, de toute envergure, partout au Québec. Chef de file dans la récupération et la fabrication de produits verts d'emballage et de papiers tissu, Cascades est fière de soutenir cette initiative novatrice à titre de partenaire officiel du Conseil québécois des événements écoresponsables. La norme en gestion responsable d'événements est appelée à devenir la référence par excellence pour les organisateurs soucieux d'allier le développement durable à leurs événements, et guidera ces derniers dans les étapes à franchir pour y parvenir. Ultimement, la norme vise à réduire les impacts environnementaux des événements ayant lieu au Québec et à stimuler du même coup des retombées positives sur l'économie locale et la communauté. Information : Marie-Eve Chapdelaine **819 363-5160** ou **www.cascades.com**.

L'idée d'un monde sans papier va trop loin

Selon un sondage effectué en avril dernier, les étudiants universitaires croient qu'il est important de sauver la planète, mais que le papier est essentiel pour les grands moments de la vie. La majorité des étudiants universitaires interrogés dans le cadre de ce sondage national se sont dits sensibilisés à l'environnement, et les deux tiers d'entre eux croient que l'abandon du papier aiderait l'environnement, mais ce principe s'arrête aux documents importants, en particulier les diplômes universitaires, pour lesquels une version électronique est inacceptable. Selon le sondage national, si les étudiants des deux dernières années universitaires pensent que l'abandon du papier aide l'environnement, moins de 30 % d'entre eux se passeraient de livres, de magazines, de journaux, de photos ou de documents officiels imprimés. Et près de 70 % ont affirmé que la réception de leur diplôme en version électronique les ennuierait. Seulement 4 % des répondants ont dit « adorer » l'idée de recevoir un diplôme universitaire sans papier à leur cérémonie de fin d'études. Le sondage national a été mené par Eric Mower and Associates et commandé par Domtar. Les chercheurs ont interrogé 420 étudiants des deux dernières années universitaires à l'échelle du pays, entre le 16 et le 20 avril 2010, pour savoir ce qu'ils croyaient pouvoir faire pour protéger l'environnement, et connaître leur attitude en matière d'utilisation personnelle de papier. Pour voir tous les résultats du sondage, rendez-vous à l'adresse **www.domtar.com/diplome**. Notons que Domtar investit dans des projets visant à augmenter la certification forestière et à réduire l'incidence de ses activités sur l'environnement.

www.manroland.ca
www.manroland.us.com

Beaucoup ont copié sa conception

Aucun n'a pu égalé sa performance.

Seulement la ROLAND 700 peut fornir la qualité et l'exécution que d'autres ont essayé de copier. La raison est simple: aucune autre compagnie ne peut reproduire la technologie de manroland. C'est le genre e'esprit inventif qui crée la distribution parfaite d'encre, le transport optimale de feuille à plat, l'exécution facile et précise et les changements de plaques entièrement automatique. Combinez le tout avec une foule de solutions intégrées d'exécution et la ROLAND 700 peut augmenter des marges de profits, même avec les courtes durées de triage que l'on connaît aujourd'hui. **WE ARE PRINT.®**

manroland

FORESTERIES

Xerox et The Nature Conservancy prolongent leur partenariat en conservation forestière

Xerox Corporation a annoncé en avril dernier qu'elle investira un million de dollars en plus au cours des quatre prochaines années, un engagement qui s'inscrit dans la deuxième phase de son partenariat avec The Nature Conservancy visant à promouvoir la conservation forestière au Canada et la gestion durable des forêts dans le monde entier. Cette contribution viendra faire avancer le partenariat en conservation forestière entre Xerox et The Nature Conservancy, lequel a été amorcé en janvier 2007 grâce à un investissement initial d'un million de dollars. La plus grande partie du travail accompli durant la première phase du partenariat a porté sur la protection de la forêt boréale du Canada. De fait, Xerox a favorisé l'initiative et la mise en service du *Canadian Boreal Data Centre* (Centre de données sur la forêt boréale du Canada) qui relie les données et informations forestières à travers des continents dans le but d'améliorer la gestion des ressources, la surveillance et la planification des projets de conservation. Le partenariat appuie aussi les activités permettant de mettre en œuvre dans la forêt boréale, et ce, de façon complète et fructueuse, le concept de la valeur de conservation élevée (VCE), un outil d'identification clé des habitats prioritaires.

À propos de The Nature Conservancy
The Nature Conservancy est une éminente organisation internationale, sans but lucratif, qui s'emploie à préserver des communautés végétales et animales ainsi que des habitats naturels, témoins de la biodiversité sur terre, en protégeant les terres et les eaux nécessaires à leur survie. Renseignements : Marie-Josee Gauvin, **514 845-8222**, poste 222, **mjgauvin@kilicom.com** ou Mike Andrews, The Nature Conservancy, **1 919 484-7857**, poste 117, **mandrews@TNC.org**.

Honneur à des personnalités de l'industrie forestière québécoise

Le Conseil de l'industrie forestière du Québec a tenu, le jeudi 10 juin 2010, à l'hôtel Plaza Québec, son assemblée générale annuelle des membres ainsi que le souper-bénéfice des membres associés du CIFQ au profit de bourses dédiées aux finissants des Centres de formation professionnelle du Québec en lien avec l'industrie forestière. Cette soirée a d'ailleurs permis d'amasser un montant de 5 000 $ pour l'édition 2010-2011. Lors de l'assemblée générale annuelle, M. Guy Chevrette, président-directeur général du CIFQ, a prononcé son dernier discours. Celui-ci a tenu à faire un bilan de ses cinq années à la tête du CIFQ en rappelant les bons et les difficiles moments vécus. Il s'est dit confiant de voir rebondir l'industrie forestière, élément essentiel du développement économique du Québec et de ses régions. Cette année, malgré la crise, le CIFQ a maintenu ses programmes de reconnaissance lui permettant ainsi d'octroyer 13 800 $ en bourses. Renseignements : **418 657-7916** ou **www.cifq.qc.ca**.

JOURNAUX

Nouveaux hebdomadaires gratuits dans Lanaudière

Photo : Christian Chaloux

Corporation Sun Media, une filiale de Quebecor Media, a récemment lancé deux nouveaux hebdomadaires régionaux gratuits : *L'Écho de Repentigny* et *Le Journal de Joliette*. Ces publications fourniront au public lanaudois de l'information locale de qualité ainsi que des dossiers exclusifs touchant l'actualité, l'économie, les arts et la culture, les sports et les faits divers. *L'Écho de Repentigny* est distribué à plus de 59 000 foyers de Repentigny et de la ville de Le Gardeur jusqu'à Lavaltrie. *Le Journal de Joliette*, quant à lui, est livré à plus de 62 000 résidences de Joliette, Berthierville, et ce, jusqu'à la localité de St-Michel-des-Saints. De cette façon, ces deux nouvelles publications sauront répondre aux besoins spécifiques des lecteurs; des organisations municipales, communautaires et sportives; des institutions culturelles locales et des artistes; des administrations publiques et régionales; des gens d'affaires et des annonceurs locaux. La distribution est assurée par Réseau Quebecor Media, et les journaux seront imprimés sur les presses de l'imprimerie Mirabel. Au total, 120 emplois directs sont créés avec le lancement de ces deux hebdomadaires gratuits. Corporation Sun Media, un membre de la famille d'entreprises de Quebecor Media, est le plus important éditeur de journaux au Canada. Renseignements : Charles Michaud **450 436-3303** ou **www.quebecor.com**.

Transcontinental lance 3 hebdomadaires au Québec

Médias Transcontinental a lancé trois nouveaux journaux hebdomadaires au Québec, soit le *Point de vue Sainte-Agathe* et le *Point de vue Mont-Tremblant*, dans la région des Laurentides, et l'*Abitibi Express* dans les régions de Val-d'Or et Amos, en Abitibi. Les journaux desserviront leurs régions respectives et seront basés sur le concept de « collaboration citoyenne ». Ils offriront également de nouveaux services numériques, au profit des entreprises locales. Les hebdomadaires et leur version électronique permettront aux résidents et aux entreprises locales de partager des nouvelles importantes, et ils amélioreront l'engagement de Transcontinental à l'égard des solutions communautaires régionales, un secteur de croissance prioritaire. Au Québec, Médias Transcontinental publie 63 journaux communautaires dont la circulation hebdomadaire s'élève au total à plus de 2,5 millions d'exemplaires gratuits, livrés grâce au réseau de distribution porte en porte Publisac. Renseignements : Nancy Bouffard **514 392-2091** ou **www.transcontinental-gtc.com**.

Notre expertise au service de votre production Mettez-nous au défi !
- Réparation de cartes électroniques
- Réparation de pannes d'équipements (électriques/électroniques)
- Gestion de projets d'installation
- Vente d'équipements

GRAFIX ÉLECTROTECHNIQUE INC
KOMORI | MITSUBISHI | HEIDELBERG | 514-978-8605 | grafixelec.com

Un itinéraire Bis est possible

En temps de crise, nous devons nous remettre en question et repenser nos solutions. Nous avons de nouvelles idées sur l'impression et la finition. Vous aussi, certainement. Unissons nos efforts pour développer de nouvelles opportunités.

GOSS | INTERNATIONAL

New ways for print

www.gossinternational.com

ACTUALITÉS D'ICI

ÉVÉNEMENT

Exposition d'automne

Le prochain *Graph Expo and Converting expo* (GRAPH EXPO 2010) aura lieu du 3 au 6 octobre prochains à Chicago en Illinois. Il s'agit d'une des plus importantes expositions dans le secteur des arts graphiques et de l'imprimerie en Amérique. Des exposants et visiteurs de l'Amérique du Nord, de l'Amérique du Sud et de l'Amérique centrale seront présents pour s'informer et démontrer les plus récentes nouveautés technologiques du milieu. Renseignements : **703 264-7200**, poste 244 ou **www.gasc.org**.

PUBLICATIONS

Unigraph publie un guide de produits mis à jour

Unigraph International, un des plus importants fabricants canadiens de produits chimiques destinés à l'industrie de l'imprimerie, a ajouté à sa liste grandissante de publications de soutien technique, un guide de produits chimiques revisé pour la salle d'impression pour les presses à feuilles et les presses rotatives. Ce guide complet comprend une dizaine de formulations qui pourront être utilisées sur certains types de presse. Parmi les autres publications disponibles, on retrouve l'affiche de références simples et rapides pour vos problèmes et le guide de dépannage d'Unigraph, la brochure du programme d'entretien pour rouleaux et blanchets, les bulletins techniques *Info-Tech*, le bulletin *Info-Graph* et un guide de pH/conductivité qui sera bientôt publié. Renseignements : **1 800 996 9918** ou visitez le site Internet au **www.unigraphinternational.com**.

HDFlexo

Les **avantages** de la flexographie, avec la **qualité** de l'Offset...
L'inventeur de la flexo digitale innove encore après 15 ans!

- Élimine la formation incontrôlée des ponts entre les points
- Évite la correction et la retouche des images
- Structure de point plus stable (4000 dpi)
- Dégradés progressifs jusqu'à zéro
- Linéatures élevées (175-220 lpi)

Pour plus de détails, contactez-nous!

GRAPHICFOCUS
info@graphicfocus.ca • (514) 591-5380

ACTUALITÉS D'AILLEURS

IMPRESSION NUMÉRIQUE

Nouveau film Spandex

La compagnie Belge Spandex, fournisseur mondial de solutions intégrées destinées au secteur de l'enseigne, de l'impression numérique et du graphisme spécialisé. L'entreprise vient d'élargir sa gamme *ImagePerfect™* en y ajoutant un vinyle adhésif innovateur extrêmement simple à manier qui, grâce à des niveaux d'adhérence initiaux très bas, peut être repositionné et retiré sans le moindre problème. Il constitue un atout incontournable pour les objets promotionnels de grand format. Le nouveau film blanc semi-mat *ImagePerfect 2534PA* a été conçu pour permettre une application simple, rapide et propre par des utilisateurs non professionnels et est spécifiquement destiné aux applications à court terme, exploitant l'impression jet d'encre numérique grand format avec des encres à écosolvant, à solvant et à séchage UV. Renseignements : **www.spandex.com**.

ÉVÉNEMENT

« Les Affaires reprennent dans l'impression »

Le professeur Frank Romano, analyste international du secteur de l'impression et « *Champion in Print* » de l'Ipex, a résumé, de la façon la plus adéquate, l'humeur des exposants et visiteurs à l'Ipex 2010 lorsqu'il a déclaré que « ce salon a démontré que les affaires reprennent dans le secteur de l'impression. » À un jour de la clôture de ce dernier, le nombre de visiteurs s'élevait à 50 000 personnes représentant 135 pays, sans compter les 20 000 exposants, agents commerciaux, revendeurs, distributeurs, fabricants de matériel d'origine et 500 journalistes de la presse internationale. Notons que le taux de visiteurs a enregistré une hausse de 8 % par rapport à 2006, avec une fréquentation totale de 48 % des visiteurs, ce qui confère à l'Ipex une envergure internationale encore plus importante que n'importe quel autre évènement *b-to-b* au Royaume-Uni. Avec plus de 1 000 exposants représentant 40 pays, l'Ipex 2010 a offert une vitrine spectaculaire de ce que l'on peut trouver de mieux sur le marché en matière d'imprimantes, de solutions de flux de production et de consommables. Par ailleurs, les exposants ont affiché un niveau d'affaires record, avec la signature de contrats d'une valeur d'une dizaine de millions pour la livraison d'imprimantes offset et numériques. Notons que l'Ipex est l'événement anglophone le plus important au monde concernant les technologies d'impression, d'édition et de communication. Le salon de l'Ipex 2010 s'est tenu du 18 mai au 25 mai 2010 en Angleterre. Renseignements : **www.ipex.org**.

■ **Nathalie Charbonneau**
DIRECTRICE DE L'INFORMATION
MI

23e ÉDITION DE LA CÉRÉMONIE

prix d'excellence en communications graphiques!

Le jeudi 20 mai dernier se déroulait la 23e édition de la cérémonie de remise des prix d'excellence en communications graphiques du Collège Ahuntsic. Cette cérémonie annuelle, qui salue le partenariat du Collège avec les auteurs de l'industrie, rend hommage au dynamisme, à la créativité et à la détermination d'un secteur économique des plus importants au Québec.

Au cours de cet événement, des prix d'excellence sont décernés à des personnalités du monde des communications graphiques pour souligner leur contribution à l'essor de cette industrie. Cette année, le Prix Louis-Philippe-Beaudoin a été attribué à M. Jean Lussier, consultant à l'échelle internationale pour l'implantation d'entreprises en imprimerie et enseignant en photocomposition et en techniques de l'impression au Collège Ahuntsic, de 1972 à 1987.

Le Prix Albert-Dumouchel, qui récompense un enseignant du secteur des Communications graphiques ou un membre du personnel du Collège Ahuntsic pour sa contribution exceptionnelle à l'avancement de ce domaine et des relations avec l'industrie, a été octroyé à M. Robert Legal, enseignant en techniques de l'impression au Collège depuis 1992.

Un diplôme d'études collégiales (DEC) en Gestion de projet en communications graphiques a été décerné à M. Nelson Drouin, directeur général d'IntraMédia, pour souligner son engagement dans le monde de l'imprimerie et sa contribution exceptionnelle au domaine des communications graphiques.

VERNISSAGE « CARTE BLANCHE »

■ **Vernissage de l'exposition « Carte Blanche » des finissants en graphisme du Collège Ahuntsic**

De leur côté, les étudiants inscrits au Collège dans les programmes de graphisme, d'infographie en préimpression, de techniques de l'impression et de gestion de projet en communications graphiques se sont partagé des bourses et des prix offerts par des entreprises et organismes du secteur des communications graphiques. En tout, 35 bourses d'une valeur totale de près de 13 000 $ ont été remises à des étudiants méritants. La cérémonie a été suivie d'un vin d'honneur servi au cœur de l'exposition « Carte Blanche » des finissantes et des finissants en Graphisme du Collège Ahuntsic, exposition qui s'est tenue en mai dernier à la cafétéria du pavillon Gutenberg du Collège Ahuntsic. ■

PRIX LOUIS-PHILIPPE-BEAUDOIN ET DIPLÔME HONORIFIQUE

■ **M. Jean Lussier, consultant à l'échelle internationale pour l'implantation d'entreprises en imprimerie, lauréat du Prix Louis-Philippe-Beaudoin et M. Nelson Drouin, directeur général d'IntraMédia, récipiendiaire d'un diplôme honorifique du Collège Ahuntsic**

PRIX ALBERT-DUMOUCHEL

■ **M. Robert Legal, enseignant en Techniques de l'impression (au centre) a reçu le Prix Albert-Dumouchel qui lui a été remis par M. Benoit Pothier, coordonnateur du Département de Techniques de l'impression et par Mme Lyne Boileau, directrice des études du Collège Ahuntsic**

Reportage photographique réalisé par Caroline Ùbergeron © 2010

Nathalie Charbonneau
DIRECTRICE DE L'INFORMATION
MI

GRAFI'COM FORMATION

lancement d'une mutuelle de formation

C'est à Montréal, le 22 mars 2010, que le Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques du Québec lançait les activités de sa nouvelle mutuelle de formation. Grafi'Com Formation a pour but d'assurer la formation continue de plus de 25 000 travailleurs et travailleuses qui œuvrent dans l'industrie des communications graphiques et de l'imprimerie, et cela dans plus de 1 200 entreprises partout au Québec.

Grafi'Com Formation vise à répondre aux besoins des travailleurs d'une industrie en pleine mutation technologique. « Il y a un peu plus d'un an, le comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques rendait public un diagnostic complet du secteur qui a permis de bien cerner les défis et les enjeux auxquels les entreprises sont confrontées », a souligné M. Michel Cliche, directeur général du CSMOCGQ. Des changements technologiques rapides viennent modifier constamment l'organisation du travail et les besoins en formation des employés sont en constante évolution. L'ensemble des intervenants de l'industrie, entrepreneurs et travailleurs, reconnait que des besoins importants en formation sont accentués par l'introduction d'innovations technologiques par ailleurs bénéfiques à l'industrie.

Le départ à la retraite de nombreux travailleurs créera des besoins importants pour une main-d'œuvre qualifiée dans l'ensemble de l'industrie. C'est pourquoi les activités de Grafi'Com Formation permettront aux entreprises d'avoir les moyens d'assurer la formation et le perfectionnement de leurs employés, ainsi que d'accroître l'efficacité et la compétitivité des entreprises, en leur facilitant l'accès à la formation pour développer les compétences de leur personnel. Grafi'Com Formation travaillera de concert avec le Collège Ahuntsic, les Centres de Formation professionnelle des Commissions scolaires présents dans six régions du Québec ainsi qu'avec l'Institut des communications graphiques. Dès octobre prochain, les premières activités de formation auront lieu dans différentes régions du Québec. Grafi'Com Formation est un nouvel outil à la disposition des employeurs et employés de l'industrie afin d'assurer l'avenir de ce secteur important de l'économie québécoise dont le chiffre d'affaires est de plus de 3,1 milliards de dollars, et qui emploie plus de 26 000 personnes. La mise en place de cette mutuelle de formation fait suite à l'adoption de la Loi favorisant le développement et la reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre adoptée par le gouvernement du Québec en 2007 et au Pacte pour l'emploi présenté par le gouvernement en 2008.

Michel Cliche, directeur général du CSMOCGQ

Sam Hamad, député de la circonscription de Louis-Hébert, ministre de l'Emploi et de la Solidarité sociale, ministre du Travail et ministre responsable de la région de la Capitale-Nationale

KBR GRAPHIQUES CANADA

www.noclickcharges.com

METEOR DP20®

Innovative Digital Product DIMA 2009 WINNER

Must See 'ems! PRINT® 09

PRESSE NUMÉRIQUE 4-EN-1

IMPRIME• LAMINE • CREASE • COUPE

"PHOTOBOOK" NUMÉRIQUE ET PLUS

METEOR DP60 PRO®

MGI digital graphic technology

We Revolutionize Digital Thinking

www.mgiusa.com

Must See 'ems! GRAPH EXPO® 2008

Encore Must See 'ems! PRINT® 09

PRESSE NUMÉRIQUE COULEUR

PAPIER-PLASTIQUE-ENVELOPPE

Format max. 4" X 6" à 13" x 47"

Presses numérique et solutions de finition

JETVARNISH®

Must See 'ems! PRINT® 09

BEST PRODUCT OF THE YEAR 2009 GRAFITALIA EUROPEAN DIGITAL PRESS ASSOCIATION

WINNER 2008 PARIS WORLD PACKAGING

VERNISEUSE UV SÉLECTIVE "SPOT"

NUMÉRIQUE A JET D'ENCRE

FORMAT 20" x 28"

PRODUCTION DE CARTES EN PLASTIQUES

LAMINEUSE A PLATINE CHAUD

DÉCOUPEUR DE CARTE "DIE CUT"

UVarnish®

VERNIS UV "FLOOD"

INFRAROUGE • AUCUNE OZONE

ALIMENTATEUR A SUCCION

1-800-361-1498

www.kbrgraphics.com

Nathalie Charbonneau
DIRECTRICE DE L'INFORMATION
MI

3e ÉDITION

l'Événement Papier Coast

Pour la troisième année consécutive, l'Événement Papier Coast a eu lieu le jeudi 6 mai dernier, à l'Institut des communications graphiques du Québec à Montréal. Étant l'un des plus gros rassemblements dans le domaine des arts graphiques au Québec, cet événement présentait de nouvelles tendances qui retiennent l'attention par leur originalité et leur pertinence en ces temps de constants changements.

Une approche nouvelle de la chaîne graphique était présentée avec des solutions innovatrices facilitant l'adaptation aux nouvelles technologies ainsi qu'au développement de votre entreprise. Sous le thème de « Solutions créatives », l'événement qui regroupait plus de 175 invités était emballant tant par sa convivialité que par son contenu inédit. Une foule de produits et de solutions étaient en démonstration, dont tous les membres du support technique de Paperlinx (TSG) qui faisaient la démonstration des logiciels disponibles pour faciliter la tâche au quotidien de la clientèle des différentes sphères de l'industrie des arts graphiques.

Plusieurs prix de présence ont été offerts sous forme de tirage. Cet événement était une occasion exceptionnelle pour voir en un seul endroit toutes les nouveautés et d'y rencontrer les professionnels qui savent bien conseiller. L'Événement Papier Coast sera de retour l'an prochain, en septembre 2011. Un événement à surveiller!

IMPRIMERIE LES COMPAGNONS INC

Depuis 1954

Chez Les Compagnons, on imprime VERT !

ENCRE VÉGÉTALE

Prix exclusifs pour imprimeur, graphiste, revendeur.
Confidentialité assurée

Service rapide

Dépliant 8.5 x 11- Plié ou à plat
Papier glacé 200 m ou Enviro 100-140 m

Recto / verso - 4 couleurs process		Recto seulement - 4 couleurs process	
Qté 1 000	295.00$	Qté 1 000	270.00$
Qté 2 000	335.00$	Qté 2 000	295.00$
Qté 3 000	370.00$	Qté 3 000	330.00$
Qté 4 000	410.00$	Qté 4 000	365.00$
Qté 5 000	450.00$	Qté 5 000	410.00$

Dépliant 8.5 x 13.5
Plié ou à plat - Papier glacé 200 m

Recto / verso- 4 couleurs process	
Qté 1 000	375.00$
Qté 2 000	420.00$
Qté 3 000	465.00$
Qté 4 000	515.00$
Qté 5 000	550.00$

Dépliant 11 x 17- Plié ou à plat
Papier glacé 200 m ou Enviro 100-140 m

Recto / verso - 4 couleurs process	
Qté 1 000	475.00$
Qté 2 000	530.00$
Qté 3 000	585.00$

Cartes d'affaires 3.5 x 2
1 ou 2 côtés - 4 couleurs process - 14 pts

Peut être des lots différents en tranche de 1 000	
Qté 1 000	39.00$
Qté 2 000	70.00$
Qté 3 000	96.00$
Qté 4 000	120.00$
Qté 5 000	145.00$

Carton - 3.5 x 8.375 ou 4 x 6
1 ou 2 côtés - 4 couleurs process - 14 pts

Peut être des lots différents en tranche de 1 000	
Qté 1 000	115.00$
Qté 2 000	205.00$
Qté 3 000	295.00$
Extra pour accroche-porte diamètre du trou 1.25 po	
Qté 1 000	+30.00$
Qté 2 000	+40.00$
Qté 3 000	+50.00$

Fichier accepté - eps ou pdf.
Taxes et transport non inclus.

300 LIGNES AU POUCE
QUALITÉ SUPÉRIEURE

531, rue Labelle
Saint-Jérôme
(Québec) J7Z 5L8
Fax : 450 438-3883
imprimeriecompagnons@videotron.ca
Tél. : 450 438-3253

LITHO MILLE ILES

IMPRIMERIE

Litho Mille-Iles a reçu une médaille d'or pour ce travail au prix Gutenberg.

OFFREZ-VOUS CE QU'IL Y A DE MIEUX!

355 Georges VI, Terrebonne (Québec) J6Y 1N9 • Tél.: 450 621.4856 • Fax: 450 621.6820 • 1 800 263.4856

www.lithomille-iles.com

TOUT SIMPLEMENT IMPRESSIONNANT

Paul Therrien
JOURNALISTE
MI

Photo : Emballage Carrousel

BEAU,BON ET... VERT!

l'emballage

un produit simple aux multiples fonctions

L'emballage entre dans une nouvelle ère, paradoxale, où on lui demande d'en faire plus avec moins : mieux protéger les produits qu'il contient et mieux informer le consommateur, tout en ayant le moins d'impact que possible sur l'environnement. Nos entreprises qui oeuvrent dans le secteur de l'emballage semblent plus que prêtes à relever ces défis.

ASSURER PLUSIEURS FONCTIONS

protection,transport, promotion...

La production d'emballage est une activité de premier plan dans l'industrie de l'imprimerie. En plus d'assurer les fonctions de protection, de transport et d'information, l'emballage doit assurer la promotion du produit contenu, faciliter son usage, en plus de protéger son intégrité avant l'achat par le consommateur. Ce n'est pas pour rien que ce secteur est extrêmement actif en ce qui a trait à la recherche et le développement. Le temps où l'emballage n'était qu'une barrière imperméable, inerte et jetable après usage est bien derrière nous.

Débouché principal pour la consommation de matières plastiques, de carton et de ses dérivés, le secteur de l'emballage a une responsabilité environnementale indéniable. La moitié du volume et le tiers du poids des déchets ménagers lui est attribuable. Heureusement, des avancées impressionnantes en matière de recyclage ont eu lieu au cours des 15 dernières années. L'industrie de l'emballage se préoccupe plus que jamais de l'environnement.

> **Le temps où l'emballage n'était qu'une barrière imperméable, inerte et jetable après usage est bien derrière nous.**

Le virage vert est bien entamé, au point d'être la tendance lourde et irréversible des années à venir. Près de 60 % du secteur de l'emballage est consacré à l'alimentation. Et plus que jamais, la sécurité des aliments est un défi majeur qui doit être relevé sans faillir. Les consommateurs exigent aussi que l'emballage contribue à conserver la qualité de l'aliment sur une plus longue durée...

DES REVENUS DE PLUS DE 5 MILLIARDS PAR ANNÉE

Plus de 200 entreprises de toutes les tailles sont productrices d'emballage au Québec, cumulant des revenus dépassant 5 milliards $ par année. Une oeuvre souvent collective, l'emballage terminé a souvent passé par plusieurs usines avant d'être complet : production de matière première, insertion du produit, impression, suremballage pour livraison; mais aussi l'étiquetage, la production de matrices, le découpage et le design graphique. De quoi garder des milliers de travailleurs occupés pour encore longtemps, même si la quantité de matière utilisée est vouée à fondre comme la neige au soleil.

Liste des applications exigées des emballages :

Protection physique : Les objets inclus dans les emballages doivent pouvoir résister entre autres aux chocs, à la vibration, à la compression et aux variations de températures.

Rôle de barrière : L'emballage doit protéger le produit de l'oxygène, des vapeurs d'eau, de la poussière. Garder le contenu propre, frais, stérile et protéger pour la durée de la vie de tablette.

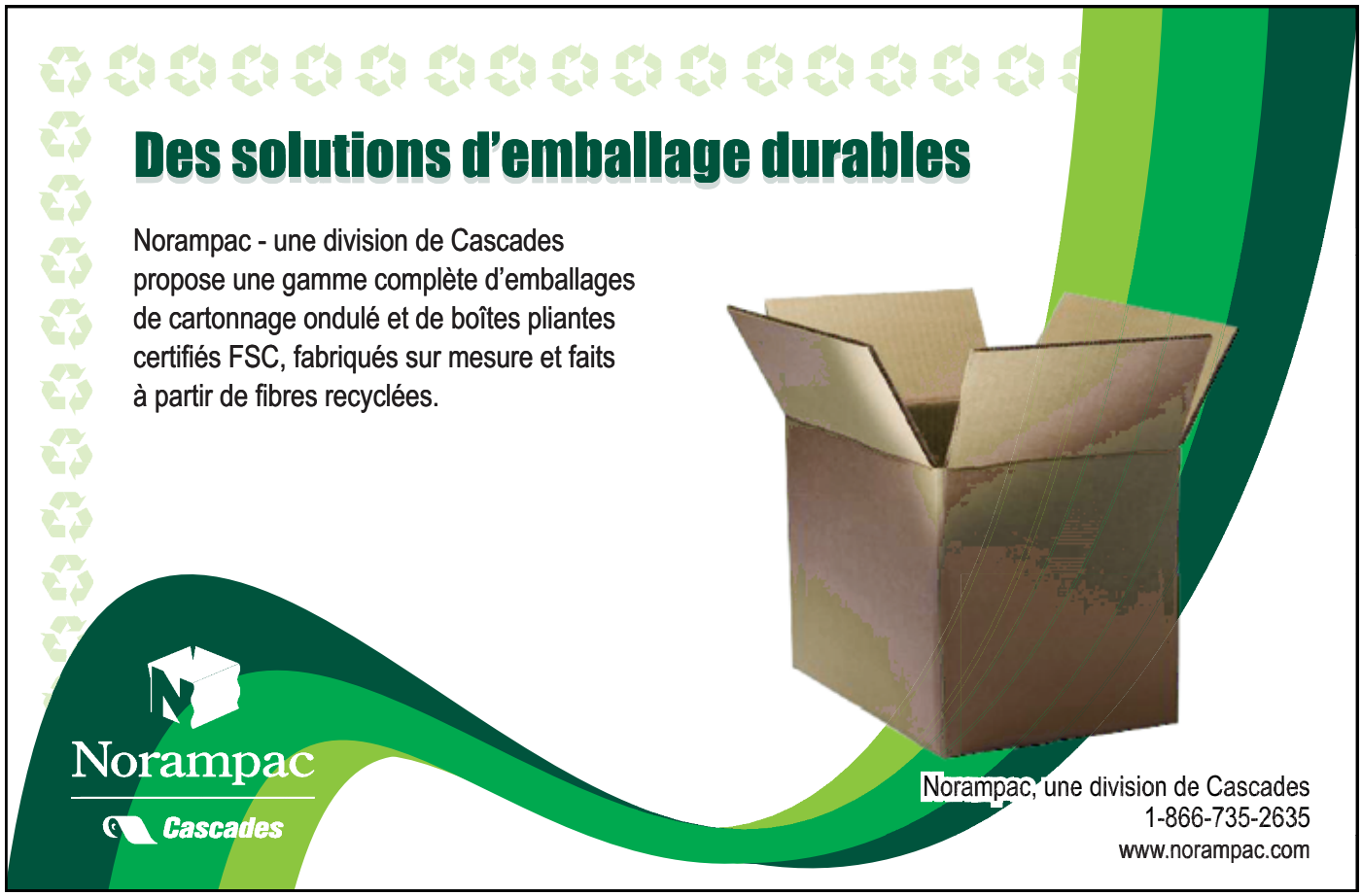
Sécurité : L'emballage peut jouer un rôle important pour réduire les risques de dommages au produit lors de la livraison.

Contenant : Les petits objets se retrouvent ensemble. Transmission de l'information : Les emballages et les étiquettes expliquant comment utiliser, transporter, recycler ou disposer de l'emballage ou du produit.

Marketing : Les emballages et les étiquettes peuvent être utilisés pour encourager l'achat éventuel du produit. Le design graphique et physique de l'emballage ont été en constante évolution depuis des décennies.

Utilité : Les emballages peuvent avoir des caractéristiques qui ajoutent à leur aspect pratique et leur distribution, manipulation, présentation, vente, refermeture, utilisation et réutilisation.

Le contrôle des portions : La portion ou la dose unique dans l'emballage permet de contrôler la quantité d'usage et d'inventaire.


Des solutions d'emballage durables
Norampac - une division de Cascades propose une gamme complète d'emballages de cartonnage ondulé et de boîtes pliantes certifiés FSC, fabriqués sur mesure et faits à partir de fibres recyclées.
Norampac
Cascades
Norampac, une division de Cascades
1-866-735-2635
www.norampac.com

S'adapter à la réduction de tirages

Pierre Roberge, président d'Étiquettes Profecta

Opérant à partir de son installation de 25 000 pieds ca. à Boucherville, Étiquettes Profecta a dû investir dans le numérique afin de s'adapter aux nouvelles donnes du marché. Traditionnellement productrice d'étiquettes en flexographie pour l'industrie pharmaceutique et alimentaire, l'ajout de presses numériques lui permettra de prendre le virage vert, mais aussi de répondre aux besoins de clients demandant moins de tirage. Le président de l'entreprise, Pierre Roberge, insiste sur le fait que la flexographie offre toujours un très bon produit, du « beau, bon, pas cher », dit-il, mais la nouvelle technologie promet des progrès énormes comme une économie de temps et la réduction des déchets. « Le numérique réduit considérablement les gâchis et les temps morts que l'on a avec les presses flexo », indique-t-il. Le défi est de trouver une clientèle pour chaque méthode de production. Celles qui ont des besoins à petits tirages et à lots multiples, des demandes « impensables parce que très dispendieuses en flexo », souligne M. Roberge, et les clients ayant besoin de gros tirages pour occuper le département de la flexographie, dont le tirage minimal d'étiquettes est de 1000 unités.

Du côté des adhésifs, du papier et des encres, M. Roberge constate une forte évolution, ne serait-ce qu'au cours des dernières années seulement. Notamment, des « fabricants de matière première ont développé des dorsaux en polyester capables de supporter la tension sur les lignes d'étiquettes, sans casser dans les machines, dit-il. L'évolution a lieu du côté des vernis aussi, qui sont moins nocifs pour l'environnement. » Parlant du virage vert, le président de Profecta affirme que l'entreprise a toujours été engagée dans cette voie, mais «quand tu offres quelque chose de 30% plus cher, le client est moins réceptif... surtout avec la situation économique que l'on connaît depuis deux ans! Sauf que, lorsque de gros joueurs comme Wal-Mart l'exigent, il faut s'y adapter.» L'évolution constante du secteur demande d'être à la fine pointe de la technologie, raison pour laquelle Profecta a un bon engagement en recherche et développement. En fait, c'est 10% des profits annuels qui est consacré au développement de nouveaux produits et de nouvelles techniques de production.

LE PLUS GRAND FABRICANT
DE MATRICES
DE MAGNÉSIUM
ET DE CUIVRE AU CANADA

Déjà 10 ans

- Haute précision
- Qualité supérieure
- Service exceptionnel
- Prix concurrentiels
- Production et livraison en moins de 24 heures

MATRIMAX

2949, Bergman
Laval (Québec) H7L 3Y5
Tél. : 450 688-7475
Téléc. : 450 688-8535
info@matrimax.com
www.matrimax.com

TOUT SUR LA RAPIDITÉ **D'EXÉCUTION**

Mario De Felice, président et Dante De Felice, directeur général de Matrimax

Le plus gros fournisseur de matrices d'estampage et d'embossage au Canada, l'entreprise lavalloise Matrimax s'est démarquée par sa capacité à livrer la marchandise avant la compétition. Un vide du côté des États-Unis, après des années de compétition féroce là-bas, a permis à l'entreprise de photogravure de s'implanter au sud de la frontière, également. Mais où qu'ils soient en Amérique du Nord, « tous nos clients sont sur un pied d'égalité pour nous, indique le président de Matrimax, Mario De Felice. Nous donnons un service, sans favoriser un client par rapport à un autre. De même, tous les gros imprimeurs sont nos clients. » Dante De Felice, le directeur général, souligne que pour leurs clients du secteur de l'emballage, les matrices d'embossage sont les plus importantes, et elles ont évolué avec le temps. « Avec les changements technologiques, nous avons réussi à développer une matrice en magnésium, beaucoup moins coûteuse que celle en laiton. Nous avons ainsi réussi à couper le temps de livraison et les coûts en deux grâce à cette matrice qui est un produit tout aussi compétitif. »

Le président de l'entreprise explique le rôle de Matrimax dans le processus d'emballage : « Quand c'est rendu à nous, tout le concept marketing de l'emballage a déjà été déterminé par l'entreprise, c'est-à-dire quelle partie sera imprimée et laquelle estampée. Ensuite, pour nous, la livraison devient l'élément le plus important. » La promesse de livraison en 24 heures, de matrices partout en Amérique du Nord, a placé Matrimax au premier plan. Les défis qui demeurent ensuite sont la consolidation des marchés, ainsi que de trouver de nouvelles méthodes d'embossage qui permettent d'intégrer la coupe en un même procédé : une demande de 85% de leur clientèle, selon le président de l'entreprise.

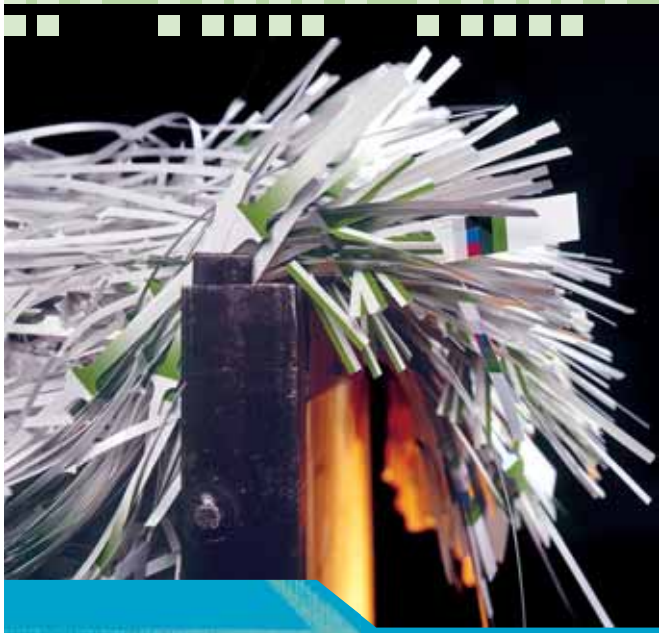
VOTRE PARTENAIRE DEPUIS 40 ANS

DIECO

DIECO EMPORTE-PIÈCES INC.

MAÎTRE EN DÉCOUPE

ET FORMES DE DÉCOUPE



NOUVEAU

De votre ordinateur directement à la coupe

Table de découpe numérique équipée du système de registre optique

Découpage et rainurage de courts tirages directement d'un document fourni.

Coût de l'emporte-pièce est éliminé.

Grande précision de découpe, allant de simple à complexe, en registre avec votre impression.

Emporte-pièces...Découpage...Collage...
Partout en Amérique du Nord...

T: (514) 334-8602 • (450) 682-3129

C: info@dieco.ca • program@dieco.ca

VIRAGE VERT

utilisation de matériaux recyclés

Matrimax offre exactement ce qui est demandé en termes de matrices d'embossage et d'estampage dans le marché de la production d'emballage. « Nous sommes toujours à l'écoute de nos clients, ajoute Mario De Felice. Oui, les matériaux peuvent changer, et l'environnement est très important pour nous, mais pour l'instant il n'y a pas d'autres demandes pour de nouveaux produits. Nous ajustons nos matrices par rapport aux critères concernant les matériaux recyclés, quelque chose que nos compétiteurs aux États-Unis n'ont pas été en mesure de faire. » Matrimax se targue donc d'avoir pris le virage vert « dès ses débuts », en investissant aussi dans la recherche et le développement par rapport au papier recyclé.

DES BOÎTES À FILMS AUX **BOÎTES PLIANTES**

Raymond Lévesque, directeur des ventes pour Litho Mille Îles

Entreprise typique du domaine de l'imprimerie, ayant donc fait ses humbles débuts dans un sous-sol il y a plus de trente ans, Litho Mille Îles est devenue, au fil des ans, une entreprise incontournable de la boîte de films vidéo, ensuite en format DVD, ainsi que des boîtes de CD. Raymond Lévesque, directeur des ventes depuis trois ans à Litho Mille Îles, est arrivé à l'entreprise précisément lorsque le marché des boîtes à films a commencé à chuter. « Il fallait se tourner vers d'autres créneaux; un virage au niveau de l'emballage. Nous avions l'équipement de pointe pour la boîte vidéo, pouvant produire cinq ou six grandeurs et l'expertise pour faire de la boîte pliante. » C'est ainsi que le tournant a été pris, sans la nécessité d'acheter de la nouvelle machinerie. Litho Milles Îles a ainsi pris sa place dans le marché de la boîte pliante, surtout au Québec et en Ontario; avec 15 % de ses activités aux États-Unis. « Nous tendons toujours à augmenter nos volumes avec les clients actuels et de consolider des ententes à long terme dans l'emballage haut de gamme dans les domaines du cosmétique et l'alimentation », indique M. Lévesque. Il s'agit là de deux créneaux où l'entreprise est en mesure de tout faire sous le même toit. « Rien chez nous n'est fait par des sous-traitants. Nous contrôlons notre agenda. » Ce qui permet d'accélérer certains projets lorsque c'est nécessaire. « Sinon, le sous-traitant nous voit comme un client parmi d'autres », déplore M. Lévesque.

Concernant le souci environnemental, l'entreprise Litho Mille Îles a pris un virage complètement vert, affirme le directeur des ventes. « Nos encres sont végétales, nous avons en place des plans de recyclage pour l'ensemble de l'usine, ainsi que pour la récupération des encres usées et d'autres produits chimiques, respectant donc toutes les normes de la municipalité. » Fait à noter, l'entreprise travaille notamment en étroite collaboration avec ses fournisseurs pour s'approvisionner en matières écologiques, peut-on lire sur le site Internet de Litho Mille Îles.

SE DÉCOUPER UNE PLACE **DANS LE MARCHÉ**

Alain Poulin, directeur de production pour Laklé

« Artistes de la forme et de la finition », voilà comment se définit Laklé, une entreprise de 35 employés de la région de Québec. Leur rôle dans la chaîne de l'emballage consiste à mettre les touches de finition au produit: découpage, pliage, collage, estampage, embossage d'emballages haut de gamme. Alain Poulin, directeur de production chez Laklé, évoque les difficultés des dernières années et les ajustements qui étaient nécessaires. «Nous avons été proactifs auprès des clients. Avant, une grosse partie de notre production était faite en sous-traitance. Nous avons procédé à une restructuration de l'entreprise au cours des derniers mois, maintenant le travail se fait davantage directement » sous un même toit. Laklé a mis en place des chargés de projet et un designer industriel afin de demeurer « une coche au-dessus des autres dans le développement de nouveaux produits », ajoute M. Poulin.

Leur spécialisation dans les produits haut de gamme à court tirage, en utilisant le numérique a permis, de consolider des segments de marché plus précis. « Le défi est vraiment de satisfaire les demandes en courts tirages, insiste M. Poulin.

Avec une matrice, il est difficile de couvrir ses coûts pour un tirage de 50 ou 100 produits. Idéalement, à moyen terme, nous voudrions éliminer l'usage de la matrice. Il faut trouver d'autres moyens pour procéder à la découpe, et ainsi développer une stratégie de marché à travers le numérique.

SPIRAPLAST
Manufacturier de spirales depuis 1988
Nos Services
▪ Coloration de plastique
▪ Extrusion de fil plastique
▪ Fabrication de spirales jusqu'à 50 mm
▪ Support technique
Spirales disponibles pour centres numériques, relieurs, imprimeurs et distributeurs.
www.spiraplast.com
2225, avenue Chauveau, Québec (Québec)
418.840.2555 | 1.800.567.1772 | info@spiraplast.com

ÉQUIPEMENTS NUMÉRIQUES

plus ou moins satisfaisants

Laklé magasine pour de l'équipement numérique, mais les solutions dans le marché sont « plus ou moins satisfaisantes, sauf que ça bouge quand même beaucoup. Quand vient le temps du façonnage et de la finition avec le numérique, il faudrait que l'exécution, la manipulation offrent une meilleure performance. Pour l'instant, certaines solutions impliquent une manipulation feuille par feuille... il ne faudrait pas, pour découper 100 feuilles, que cela implique une heure. Faut que ça se fasse rapidement! » Depuis 2003, Laklé a investi plusieurs millions de dollars pour l'ensemble de ses installations, dont une découpeuse capable de traiter 7 700 feuilles à l'heure, une colleuse roulant à 80 000 unités à l'heure, ainsi qu'un robot numérique qui plie en quelques secondes des lames de matrice.

Trouver des contrats dans le domaine de la finition est aussi tout un souci. « C'est très en dents de scie. Nous pouvons être occupés pendant deux semaines, et la semaine suivante se chercher du travail, ce qui nous fait perdre ce que l'on avait gagné auparavant. C'est très difficile à gérer. »

> **« Quand vient le temps du façonnage et de la finition avec le numérique, il faudrait que l'exécution, la manipulation offrent une meilleure performance. Pour l'instant, certaines solutions impliquent une manipulation feuille par feuille... »**

En tant que directeur des ventes, l'objectif de M. Poulin est donc de trouver des clients qui ont une certaine répétition dans leur production, tout en épargnant les imprimeurs partenaires avec qui il « ne veut pas entrer en compétition avec eux sur le marché des services d'impression. » Côté environnement, Laklé indique sur son site Internet recycler de 350 à 500 tonnes de papier par année.

Pour un design graphique durable

Pour faire de l'emballage un objet non seulement pratique et attrayant, mais aussi respectueux de l'environnement, la génération montante de designers font leurs cours à l'UQAM. Depuis cinq ans, Sylvain Allard y enseigne le design d'emballage. « En 2003, j'avais remarqué que c'était un champ du graphisme très peu couvert en enseignement. Alors c'est là-dedans que je me suis engagé et, depuis, le cours est un franc succès ! Les étudiants en design graphique sont particulièrement intéressés à l'emballage, une démarche concrète et appliquée du métier. » La mission de M. Allard est d'enseigner le design responsable. « Le design d'emballage est une discipline intéressante en soi : comment allier le style, l'esthétisme à la fonctionnalité? L'environnement est l'axe autour duquel s'articule tout mon travail d'enseignement.»

OPTIMISER **L'EMBALLAGE**

Sylvain Allard, directeur du programme de design graphique et professeur en design à l'École du design de l'UQAM

M. Allard se défend de donner un cours d'analyse de cycle de vie des matières utilisées pour l'emballage. Il s'agit, par contre, d'une approche critique de l'utilité, analysant la fonctionnalité propre à l'emballage, sans oublier la tentative de séduction du consommateur. « J'enseigne comment rendre l'emballage optimal, clarifie-t-il. Cela passe bien sûr par la technologie, les outils qui rendent la vie plus facile, mais dans le domaine de l'emballage durable tout est encore à faire au Québec », dit-il, se référant à l'impact encore important de ce secteur sur l'environnement. Dans son cours, M. Allard salue tous les efforts d'entreprises qui peuvent donner l'exemple, comme Cascades, « un producteur majeur de matière première de produits d'emballage à 100 % recyclé. On voit bien qu'il est possible d'offrir un produit et des services tout en étant écoresponsable. » Il cite d'autres exemples d'entreprises ayant réduit la quantité de plastique dans leur emballage, parfois passant carrément au papier; en plus d'entreprises ayant réduit leurs transports et qui, en bref, ont su « regarder tout le cycle de vie et économiser dans le domaine du processus en conséquence. »

M. Allard salue tous les efforts d'entreprises qui peuvent donner l'exemple, comme Cascades, « un producteur majeur de matière première de produits d'emballage à 100 % recyclé. On voit bien qu'il est possible d'offrir un produit et des services tout en étant écoresponsable. »

Le professeur concède que l'engagement vers l'écoresponsabilité n'est pas évident. « C'est difficile à vendre comme idée, surtout pour ceux qui ont une vision de rentabilité à court terme. Mais à long terme, réduire l'emballage équivaut à réduire les coûts. » Il avance que d'augmenter avant tout l'offre, contribuerait à une hausse de la demande ce qui, éventuellement, ramènera les dépenses à un coût comparable au produit moins vert. Sans oublier la valeur ajoutée, cette « vision du client qui change » devant les efforts déployés pour réduire l'impact sur l'environnement. Selon lui, le virage vert va de pair avec un nouvel esthétisme, l'idéation d'une certaine simplicité. La période du suremballage clinquant pour en donner plein la vue serait révolue, réitère-t-il. « Kellogg a procédé à une refonte complète de ses boîtes à céréales vers un design plus simple et c'est pour le mieux. »

« C'est difficile à vendre comme idée, surtout pour ceux qui ont une vision de rentabilité à court terme. Mais à long terme, réduire l'emballage équivaut à réduire les coûts. »

Pour les exemples « à ne pas faire », la partie la plus populaire du cours de M. Allard, sont pointés du doigt l'emballage sous vide en plastique transparent pour de tout petits objets: le « clamshell », ainsi que « tout ce qui a une surcharge » est maintenant scandaleux pour la génération montante. « L'ajout de quantité comme si on fonctionnait encore avec cette illusion d'abondance est plutôt un synonyme d'irresponsabilité sociale. » Il ajoute comme enseignement à ses élèves que l'écoresponsabilité ne doit pas être vue comme une contrainte, mais plutôt comme un réel plaisir à résoudre une problématique de design.

grafik 'Art
montreal

montréal.**2011**
14.15.16.**avril**

www.**grafikart.ca**

UNE BONNE MOISSON **D'INNOVATIONS**

Yannick Martel, directeur d'usine pour Les Emballages Carrousel

Spécialiste de l'emballage alimentaire, Les Emballages Carrousel sont passées des boîtes à gâteaux aux experts incontestés des sacs à pain, en passant par les casseaux de frites au cours de leur 13 ans d'existence. Yannick Martel, directeur d'usine à l'entreprise de 200 employés à Boucherville, explique comment Carrousel a débuté sa relation privilégiée avec le sac à pain croûté. « Les clients voulaient voir le pain. Nous avons mis beaucoup d'investissements là-dedans et avons développé la fenêtre sur le sac. Première Moisson a adopté ce sac à ses débuts. » La fenêtre à base de maïs, une autre innovation de Caroussel, a aussi l'avantage d'être biodégradable. Le papier, pour sa part, est composé à 100 % de matières recyclées.

Avec ce créneau-là, Carrousel a fait l'achat en 2008 d'une presse mécanique beaucoup plus performante et l'entreprise est partie à la conquête du marché du sac à pain au Québec et aux États-Unis. « Nous avons été surpris de voir que même les petites boulangeries ont adopté notre sac pour se démarquer des autres. » Mais l'innovation ne doit pas s'arrêter là, malgré les succès, indique-t-il, car selon les nouvelles normes gouvernementales à venir dans le marché de l'alimentation, le sac à pain devra éventuellement être complètement fermé. Le pain croûté étant, à part les fruits et légumes, le seul aliment exposé de l'épicerie. Sauf que l'on peut laver les fruits, et non pas le pain.

« Il y a la fraîcheur du pain auquel nous devrons contribuer, également », ajoute-t-il. Normalement, une baguette de pain a une durée de vie de trois jours. Période que Caroussel souhaiterait augmenter. Les autres aspects de l'emballage demeurent aussi en constante évolution chez Caroussel. Comme imprimer le sac en six couleurs, pouvoir imprimer des photos, sur un papier plus brillant au style du magazine. « Encore, nous sommes les seuls à pouvoir imprimer en 85-100 lignes. Nous l'offrons aux clients, et ça marche! » Ainsi, Caroussel a réussi à changer l'image traditionnelle du sac à pain, malgré quelques réticences au début de l'aventure, de la part des clients récalcitrants à cause du coût plus élevé que cela représentait. « On s'entend que le client n'achète pas le sac, mais bien le pain à l'intérieur. Mais des entreprises comme Première Moisson ont su se faire une très bonne image » et ainsi, se démarquer des autres boulangers, grâce à un emballage non seulement unique et attrayant, mais écologiquement durable également.

AUX DERNIÈRES NOUVELLES...

- Le géant anglo-australien Rio Tinto a complété la vente des composantes d'Alcan Emballages qu'il détenait toujours, selon La Presse Canadienne. Les activités d'emballage de produits médicaux ont été vendues pour 66 millions $ US, tandis que celles d'emballage cosmétique ont été cédées pour un montant indéterminé.
- Les activités d'emballage de produits médicaux incluent quatre usines en Amérique du Nord, ces installations produisent des emballages pour tubes médicaux stériles et autres fournitures médicales.
- La division des emballages cosmétiques compte 8000 employés et 26 usines dans 12 pays. Numéro un mondial dans le secteur de l'emballage en plastique de parfums et de produits de beauté, elle a réalisé des ventes s'étant élevées à 932 millions $ US en 2008.
- Au total, Rio Tinto a empoché plus de 3,2 milliards $ US grâce à la vente des anciennes activités d'emballage de sa filiale canadienne de l'aluminium.

Un tarif pour l'environnement

Mathieu Guillemette, coordonnateur des services techniques chez ÉEQ

Au sein du virage vert, demeure la responsabilité du gouvernement envers l'environnement de ses citoyens. Éco Entreprise Québec (ÉEQ), un organisme à but non lucratif, a été mandaté par le gouvernement en juin 2005 pour représenter les entreprises et organisations assujetties à la Loi sur la qualité de l'environnement (LQE), qui mettent sur le marché québécois des contenants et emballages dans leur responsabilité de financer leur part des coûts des services municipaux de collecte sélective.

Ce régime de compensation impose l'obligation de payer une somme annuelle aux municipalités pour les services que celles-ci fournissent en vue d'assurer la récupération et la valorisation des contenants et emballages. Ce tarif vise à reconnaître les matières qui sont davantage recyclables et à pénaliser les matières qui sont moins compatibles avec la filière du recyclage. Mathieu Guillemette, coordonnateur des services techniques chez ÉEQ, précise que ces taux « orientent inévitablement le choix de matières des entreprises » qui produisent de l'emballage. « Une entreprise qui génère plus d'emballage avec une certaine matière paiera plus à ÉEQ, donc cela va favoriser la réduction à la source. De plus en plus d'entreprises voient l'aspect économique d'avoir une responsabilité sociale envers le développement durable en faisant des économies sur les matières premières », maintient-il.

édicible LTÉE
À la hauteur de vos exigences

Service de decoupage / collage — Boites pliantes; fonds automatiques; 4 coins; 6 coins; pochettes, enveloppes; tous vos projets de découpe et collage que ce soit pour le packaging ou autres seront réalisés avec des équipements à la fine pointe de la technologie: 3 découpeuses (estampage et enbossage aussi) BOBST ainsi que le collage à votre disposition; profitez d'une intégration parfaite : laminage, UV sélectif, estampage,embossage, pour donner encore plus de vie à vos projets de découpe.

Services offerts dans une usine facilement accessible par toutes les autoroutes en plein centre de l'île de Montréal:
Thermoreliure 1 up & 2 up | P.U.R. | Cousue-Collée | Brochage à cheval et à l'italienne | Pliage
Formulaire-enveloppe | Collage à l'épine | Estampage | Embossage | Découpage | Scorage | Pliage-collage
Vernis UV Pleine Surface et Sélectif | Laminage | Ensachage | Tip-on | Tip-in | Ink-jet, Intérieur & Extérieur 1 up & 2 up
Pastille "Wafer Seal" | Mailing Tri-postal Canadien et Américain

750, boul. Lebeau
Saint-Laurent, QC H4N 1S4

Tél: (514) 336-0710
Fax: (514) 336-9172

www.edicible.com

Edicible, la découpe..., c'est aussi notre affaire !
Une équipe professionnelle de 32 ans d'expérience à votre service en tout temps

NETTE PROGRESSION DE **LA COLLECTE SÉLECTIVE**

M. Guillmette note que le recyclage est une responsabilité partagée entre le citoyen et l'entreprise qui produit l'emballage. Malgré tout, « la collecte sélective a beaucoup progressé au cours de 12 dernières années, atteignant 60 % », ajoute-t-il. De l'autre côté, un produit comme le *Tetrapak*, qui depuis longtemps n'a pas eu de débouché en collecte sélective, a nécessité la création d'un centre de tri qui puisse être en mesure de l'accepter, comme c'est le cas à Trois-Rivières. Ajoutons que, selon un mémoire déposé par l'ÉEQ à la Commission des transports et de l'environnement, « pour 80 % des Québécois, le financement de la collective sélective doit demeurer partagé ».

L'ÉEQ procède chaque année à honorer des entreprises qui ont su mettre en pratique les valeurs de réduction, de réemploi, de recyclage et de valorisation des matières utilisées en emballage. L'activité de reconnaissance *Contenants, emballages et imprimés plus verts : une réalité, des opportunités!* a été mise sur pied par Éco Entreprises Québec en avril 2009. « En tant que consommateur, cela peut avoir une influence positive de savoir que Telus est passée d'un emballage moitié plastique et moitié carton au carton seulement », souligne M.Guillemette. Les autres lauréats de 2009 sont A. Lassonde inc., Cascades Groupe Papiers Fins et Yves Rocher; une mention spécifique afin de souligner une contribution particulière a été accordée à Les Eaux Naya inc. ainsi qu'à la Société des alcools du Québec.

De l'autre côté, un produit comme le *Tetrapak*, qui depuis longtemps n'a pas eu de débouché en collecte sélective, a nécessité la création d'un centre de tri qui puisse être en mesure de l'accepter, comme c'est le cas à Trois-Rivières.

Production de Cartes-Cadeaux de A à Z

Pentagon, entreprise spécialisée depuis 1996 dans la production de cartes cadeaux, cartes téléphoniques, et de fidélité, vous offre un service de qualité et le respect de vos échéanciers.

Nous offrons la gamme complète de services ...

- Tous les formats populaires
- Papier ou plastique
- Nouveau - Plastique biodégradable et compostable
- Bande magnétique et encodage HiCo / LoCo
- Encollage de carte sur un support
- Information variable personnalisée (incluant le jet d'encre haute résolution; idéal pour les codes à barres variables)
- Surface à gratter personnalisée
- Emballage individuel ou en lot
- Emballage personnalisé

MESSAGE AUX IMPRIMEURS
Nous pouvons également prendre en charge la personnalisation et l'emballage de vos cartes déjà imprimées.

Faites-nous part de vos besoins

PENTAGON
Manufacturier de cartes de classe mondiale

1-877-339-5995 • info@pentagon.ca • www.pentagon.ca

Réduire les impacts environnementaux

permet sur le long terme d'améliorer son image et de se différencier de ses concurrents

À la fin, il est tout simplement plus sage de prendre un virage vert avant d'attendre que cela soit imposé par l'État, ajoute M. Guillemette. Réduire les impacts environnementaux permet sur le long terme d'améliorer son image et ainsi se différencier de ses concurrents. Étant sur le conseil d'administration d'un autre organisme à but non lucratif voué au développement durable, M. Guillemette mentionne la nouvelle présence du *Projet PACT*, pour *Projet Action Consommation Tranquille*. Le PACT fait la promotion du design graphique responsable qui consiste à intégrer les principes du développement durable dès la conception graphique d'une marque, d'un bien ou d'un service. En adhérant aux principes du PACT et sa démarche, l'entreprise accède à un réseau de collaborateurs, de ressources et à des services spécialisés lui permettant d'intégrer les notions du design graphique responsable à ses pratiques, lui permettant de connaître les avantages suivants, peut-on lire sur le site Internet de l'organisme :

- **Réduire les impacts environnementaux**
- **Réduire les coûts internes de production**
- **Répondre à la demande des consommateurs**
- **Répondre à la demande des distributeurs**
- **Réduire ses contributions au régime de compensation pour la collecte sélective municipale**
- **Devenir un chef de file responsable**
- **Améliorer son image et se différencier de ses concurrents**

UN MODÈLE DE **DÉVELOPPEMENT DURABLE**

Marc-André Dépin, président et chef de la direction de l'entreprise

Une division de Cascades Canada, Norampac est le premier producteur de cartons-caisses au Canada. L'entreprise est aussi au sommet canadien des transformateurs de cartonnage ondulé et de boîtes pliantes. Le groupe possède 43 usines au Canada, aux États-Unis et en France, où l'on procède à la fabrication de cartons-caisses, la fabrication de carton plat; la liste inclut également des usines de transformation de cartonnage ondulé, de boîtes pliantes, ainsi qu'un centre d'arts graphiques et un centre de recherche. Ce réseau d'établissements stratégiquement localisés permet à Norampac de desservir un grand marché dans les domaines de l'alimentation, des spiritueux, ainsi que de plusieurs autres produits de consommation. « On se doit d'avoir des usines partout, dans chacune des provinces du Canada et aux États-Unis pour couvrir les marchés régionaux », explique Marc-André Dépin, président et chef de la direction de l'entreprise.

Norampac a fait du développement durable un principe central de sa production en fabriquant des boîtes recyclables, à haute proportion de fibres recyclées. « Nous sommes un leader vert, indique M. Dépin. Nous continuerons dans cette avenue-là, car c'est ça qui a fait notre force. L'avant-garde des produits, le développement innovateur à la fine pointe de la technologie comme un papier ayant une résistance plus grande avec moins de fibres est ce qui nous place au premier plan depuis toutes ces années. » Les retailles des découpes sont aussi réutilisées. L'entreprise investit chaque année des sommes importantes dans la recherche et le développement de moyens de production plus écologiques.

La division de Cascades propose aussi une conception graphique jusqu'à six couleurs pour ses boîtes. « Une tendance qui va continuer de prendre de l'ampleur, c'est-à-dire offrir des imprimés de qualité d'impression supérieure, conformément aux besoins des clients. », indique M. Dépin. La protection d'objets sensibles est aussi assurée par des ajouts antistatiques pour les pièces électroniques et des mousses protectrices. Par exemple, Norampac a investi tout près de 5 millions $ pour mettre au point le carton *Norshield* sans cire, hydrofuge et recyclable afin de mieux protéger fruits et légumes, viandes, volailles et poissons.

L'Association canadienne de l'emballage

a été la voix de l'industrie de l'emballage depuis 1950

Le « Packaging Association of Canada » (PAC) a été la voix de l'industrie de l'emballage au Canada depuis 1950. En 2010, l'association a quitté ses racines canadiennes et dessert maintenant l'ensemble de l'Amérique du Nord. Le PAC a plus de 375 entreprises comme membres, représentant les trois-quarts des grands noms de tous les secteurs de l'emballage.

En 2010, l'association a quitté ses racines canadiennes et dessert maintenant l'ensemble de l'Amérique du Nord. Le PAC a plus de 375 entreprises comme membres, représentant les trois-quarts des grands noms de tous les secteurs de l'emballage

Le PAC propose une vision pour l'emballage durable où l'approvisionnement en matières premières est fait de façon responsable, tout en ayant une conception lui permettant d'être efficace et sécuritaire tout au long de son cycle de vie. Le PAC définit comme durable un emballage qui rencontre les critères du marché pour sa performance et son coût, a été fabriqué entièrement d'énergie renouvelable et qu'une fois utilisé, est recyclé efficacement afin de contribuer aux ressources précieuses d'une prochaine génération.

La *Coalition* pour l'emballage durable a comme mission d'utiliser ses méthodes de recherche pour contribuer au progrès de cette vision environnementale en encourageant des matériaux et des systèmes d'emballage qui font la promotion de l'environnement d'une manière économiquement saine. Le PAC souhaite, en définissant spécifiquement le développement durable, aider les entreprises qui veulent poursuivre des stratégies dans ce sens à mieux évaluer leurs méthodes.

UNE AIDE DE 569 000 $ À L'INDUSTRIE DE L'EMBALLAGE
le gouvernement fédéral et la salubrité des aliments

En avril dernier, le gouvernement Harper annonçait une aide à l'industrie de l'emballage afin d'améliorer les systèmes de salubrité des aliments au pays. Un montant de 569 000$ a été prévu pour versement à l'Association canadienne de l'emballage. « Cet investissement aidera l'Association canadienne de l'emballage à demeurer à l'avant-garde des pratiques sanitaires de manipulation et d'emballage des aliments», annonçait le communiqué du gouvernement.

L'Association canadienne de l'emballage se servira de cet argent pour élaborer davantage son programme de salubrité des aliments « PACsecure », qui prévoit des normes de salubrité alimentaire pour l'industrie de l'emballage. Elle créera également d'autres programmes de formation en ligne et du matériel didactique électronique; approfondira son processus de vérification; procédera à des essais pratiques de rappel des aliments et de traçabilité; en plus d'organiser des ateliers sur ces sujets.

« Cet investissement aidera l'Association canadienne de l'emballage à demeurer à l'avant-garde des pratiques sanitaires de manipulation et d'emballage des aliments »

« L'aide que nous avons reçue du gouvernement du Canada – tant financière que technique – a été essentielle pour fournir à l'industrie canadienne de l'emballage les normes les plus rigoureuses au monde sur la salubrité des aliments s'appliquant aux matériaux d'emballage », a affirmé Larry Dworkin, directeur des Relations gouvernementales de l'Association de l'emballage. « Ce qui est plus important encore, c'est que notre industrie a adopté ces normes. Elle prouve ainsi qu'elle fait preuve de diligence raisonnable et qu'elle fournit les meilleurs emballages en ce qui concerne la salubrité aux Canadiens et à ses clients à l'étranger. » Pour en savoir davantage sur l'initiative, veuillez visiter le site : *www.agr.gc.ca/icisa*.

LE DESIGN D'EMBALLAGE **RÉCOMPENSÉ**

Selon *Packaging Digest*, le producteur de vin Paco & Lola a été récompensé par une médaille d'or pour la conception d'emballage pour sa liqueur de framboise au vin 2010 au *Los Angeles & Spirit Awards*. Cette liqueur de framboise élégante, qui possède une apparence semblable à un flacon de parfum, a totalement séduit le jury à l'une des compétitions mondiales de vin de premier ordre. La liqueur a obtenu la médaille d'or dans pas moins de trois catégories : « *paquet global* », « *Boxed Set* » et « *Best of the Show Container* ».

Cette réalisation reconnaît l'engagement de Paco & Lola de développer un produit avec une personnalité distincte, un goût défini et élégant, ainsi que l'emballage sophistiqué. En essayant de s'éloigner de la conception traditionnelle de nombreuses liqueurs, ils ont cherché à refléter le plaisir, le chic et l'aspect cosmopolite qui caractérise la marque.

TeK GraphiX
Réparation et entretien d'équipements d'imprimerie
LA SOLUTION POUR UNE BONNE IMPRESSION
• Des produits fiables
• Une qualité inégalée
• Productivité accrue
Et surtout,
• Ne vous laissera pas tomber ...
Série 520 GE
(format A3+, 20" x 14")
Distributeur pour le Québec et Maritimes des produits
RYOBI
www.tekgraphix.com
Sans frais 1-888-378-9797 • 450-378-9797 • Téléc. : 450-378-9752
1075, boul. Industriel, Granby (Québec) J2J 2B8

LITHO MILLE ILES
IMPRIMERIE

LISTE DE PRIX

ÉQUIPEMENTS

PRÉPRESSE • 1 CTP AVALON D'AGFA AVEC TRAME SUBLIMA
4 PRESSES À FEUILLES MITSUBISHI 28 X 40
1 WEB (COLDSET) V30 DE HEIDELBERG
2 PRESSES À DÉCOUPER BOBST 28 X 40
1 PRESSE POUR ESTAMPAGE ET EMBOSSAGE BMA 28 X 40
1 PRESSE À VERNIS UV 38 X 50 • 1 RELIURE ALLEMANDE
4 PLIEUSES MBO 28 X 40 • 2 COLLEUSES BOBST / BOÎTES PLIANTES
2 COLLEUSES POUR CD / DVD (DIGIPAK)
1 BROCHEUSE MULLER-MARTINI MINUTEMAN

BROCHURE 16 PAGES

PAPIER GLACÉ 160 M. 4 COULEURS.
PLIÉ/BROCHÉ.

8.5 x 11

QTÉ	PRIX
500	**1 209** $
1 000	**1 310** $
5 000	**2 178** $
10 000	**3 264** $

LIVRAISON INCLUSE MONTRÉAL ET LAVAL

POCHETTE DE PRESSE

STANDARD 9 X 12. RABAT DE 3".
4 COULEURS RECTO. 12 PTS. VERNIS AQUEUX

9 x 12

QTÉ	PRIX
500	**890** $
1 000	**985** $
2 000	**1 300** $
5 000	**1 980** $

LIVRAISON INCLUSE MONTRÉAL ET LAVAL

AFFICHE PAPIER GLACÉ 200 M.

19 x 26

QTÉ	PRIX
500	**610** $
1 000	**661** $
2 000	**764** $
5 000	**1 083** $

27 x 39

QTÉ	PRIX
500	**713** $
1 000	**819** $
2 000	**998** $
5 000	**1 679** $

LIVRAISON INCLUSE MONTRÉAL ET LAVAL

DÉPLIANT-COMBO 4 COULEURS RECTO/VERSO. PAPIER GLACÉ 200M. LIVRÉ À PLAT OU PLIÉ

8.5 x 11

QTÉ	PRIX
1000	**273** $
5000	**411** $
10 000	**613** $
20 000	**1 050** $

8.5 x 14

QTÉ	PRIX
1000	**375** $
5000	**550** $
10 000	**750** $

11 x 17

QTÉ	PRIX
1000	**495** $
5000	**680** $
10 000	**950** $

PRIX FOB LITHO MILLE ILES - LIVRAISON 25$ MONTRÉAL ET LAVAL

FÉVRIER 10

OFFREZ-VOUS CE QU'IL Y A DE MIEUX!

355 Georges VI, Terrebonne (Québec) J6Y 1N9 • Tél.: 450 621.4856 • Fax: 450 621.6820 • 1 800 263.4856

www.lithomille-iles.com

TOUT SIMPLEMENT IMPRESSIONNANT

Risques et récompenses de redessiner un emballage

Toujours selon le *Packaging Digest*, réviser attentivement les caractéristiques d'un emballage peut aider à revitaliser la marque en renforçant son message de base. Pendant les périodes économiques difficiles, écrit-on, le consommateur cherche le confort, voire le réconfort, le familier. Le marketing devrait donc renforcer les valeurs fondamentales de la marque... jusqu'à un certain point. Il est important de faire enquête pour voir comment le consommateur perçoit le produit à travers son emballage et son image. Les consommateurs contribuent à définir les marques de façon considérable.

Voici des questions importantes à considérer :

- Que pense la clientèle de la marque?
- Le produit répond-il à leurs attentes?
- Le produit répond-il à leurs besoins sur le plan fonctionnel et / ou sur le plan émotionnel?
- Comment les clients peuvent interagir avec et vivre « l'expérience » de la marque?
- Sentent-ils que la promesse de la marque est toujours remplie?
- L'emballage augmente-t-il l'expérience de la marque ou est-ce qu'il la détourne d'elle?
- A-t-il réussi à différencier la marque de ses concurrents?
- Est-ce que la marque communique de l'intérêt pour le consommateur?

L'emballage doit aider la marque à rester pertinente. Voici quelques caractéristiques qu'il doit avoir pour réussir la relation avec le consommateur :

Simplicité : Nous vivons dans un monde compliqué. Les gens sont désireux de leur simplifier la vie.
Des choix plus sains : Mettre en valeur ce qui est bon pour le consommateur.
Offrir une expérience plus satisfaisante :
Les consommateurs apprécient un ensemble élégant et fonctionnel.

NOUS IMPRIMONS,

vous impressionnez !

Établie depuis 1978, Argile sérigraphie & numérique, une division de Groupe BO Concept, s'est vite distinguée comme spécialiste en sérigraphie et impression numérique grand format sur supports rigides ou flexibles.

Fournisseur spécialisé auprès des imprimeurset des revendeurs du milieu de l'imprimerie et des agences, nous avons su mériter la confiance de nos clients par notre fiabilité, la qualité de nos produits et par nos prix compétitifs.

Dans le cadre d'une démarche d'amélioration continue, nous investissons plus de 1 M$ en appareillage et aménagement d'usine au cours du présent trimestre.
Le déploiement de la stratégie d'investissement nous permettra d'accroître notre productivité afin de vous offrir de meilleurs prix et une plus large gamme de solutions graphiques pour vos clients.

AU SERVICE DES REVENDEURS DEPUIS 1978

Pierre Lachapelle, Directeur ventes & marketing
Téléphone : 514.324.2295, poste 228
Télécopieur : 514.324.1912

Intéressé à faire partie de notre équipe?

Nous sommes à la recherche de revendeurs partenaires certifiés pour les régions de Montréal, Québec et la Gatineau. Envoyez votre cv par courriel à p.lachapelle@argile.ws

Patricia Gougeon
JOURNALISTE
MI

DENIS RAYMOND

Un homme de défis

Denis Raymond a repris l'Imprimerie Les Compagnons en 2000. Passionné avant tout par le monde des affaires, il a accepté de relever le défi, notamment, en raison du fait que l'équipe d'employés en place est restée. Il savait qu'il pouvait compter sur leur expertise et leur appui. Bien qu'il n'ait pas de regret, jamais il n'aurait imaginé que la tâche qui l'attendait était aussi exigeante.

Denis Raymond, président de Imprimerie Les Compagnons

Sa conjointe travaillait déjà chez Les Compagnons lorsqu'il a acheté l'entreprise. Son père y avait des parts. Les propriétaires vieillissants ont choisi de se départir de la compagnie. « Je n'étais pas du tout dans le domaine de l'imprimerie. Je suis en affaires depuis plusieurs années, mais pas en imprimerie. J'ai fait une offre et j'ai acheté. Moi, j'ai toujours changé de milieu, j'ai travaillé notamment en restauration et en immobilier, où je suis encore actif d'ailleurs. Je n'étais pas vraiment attiré par le monde de l'imprimerie, mais j'ai fait le saut pour conserver les emplois et restructurer l'entreprise qui n'était plus rentable », raconte M. Raymond.

Aimant les défis, relancer l'imprimerie Les Compagnons en représentait tout un. Heureusement, les clients sont demeurés fidèles en raison de la bonne réputation de l'entreprise. « Le défi de relancer la compagnie me stimulait. J'ai doublé le chiffre d'affaires, on a beaucoup investi. Ce n'est pas la même entreprise que celle que j'ai achetée en 2000. » Mais sans les employés, Denis Raymond confie qu'il n'aurait sans doute jamais repris l'imprimerie en main. « C'est important d'avoir un bon équipement, mais l'équipe est très importante. Si tu n'en a pas une derrière toi, même avec de bons équipements, tu auras toujours de la difficulté. L'équipe c'est 50 % de la *business*. Ça prend des gens passionnés qui ont à cœur l'entreprise et qui sont conscients de l'importance du travail bien fait. »

Plusieurs défis attendaient donc M. Raymond, la rentabilité de l'entreprise était à son plus bas, l'équipement était désuet, mais il restait du bon personnel et une bonne notoriété. Même s'il n'a pas de regret aujourd'hui, il avoue avoir déjà eu des moments où il a remis en question le choix de cette nouvelle aventure. « Pour rentabiliser le tout, ça été beaucoup de travail. Comparé à l'immobilier où j'étais et où je suis encore, ça ne s'équivalait vraiment pas. L'immobilier c'est très rentable, beaucoup moins de stress, moins de troubles. Pour tous les efforts que cela a représentés, oui j'ai eu des moments plus durs, mais je suis encore là. Il ne faut pas avoir de regret dans la vie. J'ai pris une décision et je l'assume. Les premières années ont été difficiles, mais il faut savoir faire le vide et décompresser, prendre du recul. Je suis content de l'avoir fait et d'avoir amené l'entreprise où elle est aujourd'hui. » Heureusement aussi qu'il a été appuyé par une équipe efficace car il ne connaissait rien au milieu de l'imprimerie, il a tout appris sur place.

> **« Le défi de relancer la compagnie me stimulait. J'ai doublé le chiffre d'affaires, on a beaucoup investi. Ce n'est pas la même entreprise que celle que j'ai achetée en 2000. »**

Toujours plus rapide

La compétition dans le milieu de l'imprimerie est très féroce et les délais d'exécution sont de plus en plus rapides. La technologie évolue également très vite, même peut-être trop parfois. « Ce qui a le plus changé dans les dernières années, se sont les délais. C'est de pire en pire, ils veulent tous leur travail finalisé dans le même après-midi. Mais on doit toujours offrir la même qualité. Il y a de la compétition déloyale également. De moins en moins de la part des imprimeurs, mais plus des autres joueurs sur le marché. Des courtiers, des graphistes, des vendeurs de cartes dans Internet. C'est un éternel défi. Parfois, on regarde les prix de ces concurrents et c'est aberrant, ils ne peuvent même pas rentabiliser leur papier. Souvent, ceux-là ne sont présents qu'une année ou deux, mais ils font très mal au marché. »

Autre fait inquiétant auquel Denis Raymond et les autres compagnies doivent faire face est le manque de main-d'œuvre. Il n'y a pas de relève en imprimerie. C'est un milieu moins populaire. La nouvelle génération étant plus attirée par l'informatique et moins par les travaux manuels. Denis Raymond demeure mitigé face à l'avenir du milieu. Selon lui l'imprimerie sera toujours présente, mais elle devra s'ajuster aux nouvelles réalités, dont la plus grosse qui est le manque de relève qualifiée.

« Ce qui a le plus changé dans les dernières années, se sont les délais. C'est de pire en pire, ils veulent tous leur travail finalisé dans le même après-midi. Mais on doit toujours offrir la même qualité. »

ACQUISITION

GRAPHIQUE INNOVACHON

Installation d'un CTP en Nouvelle-Écosse

De gauche à droite : Bill Todd, représentant d'Innovachon pour les Maritimes, Michel Vachon, président de Graphique Innovachon inc. Roseta Power, directrice de la production, David Bell, directeur du département des Communications pour le gouvernement de la Nouvelle-Écosse et Ken Howard, pressier

En mars dernier, Graphique Innovachon procédait à l'installation d'un Système iCtP 2000 de Glunz & Jensen, au département des Communications du gouvernement provincial de la Nouvelle-Écosse.

Le Système iCtP de Glunz & Jensen est un procédé à la fine pointe de la technologie sans chimie résiduelle, plaque d'aluminium, le plus économique et le plus fiable sur le marché pour tout imprimeur utilisant des presses de moins de 30 pouces. Facile d'installation, d'opération et d'entretien.

Pour toutes informations sur Graphique Innovachon, contactez
Michel Vachon
450 449-4400
www.innovachon.com
mv@innovachon.com

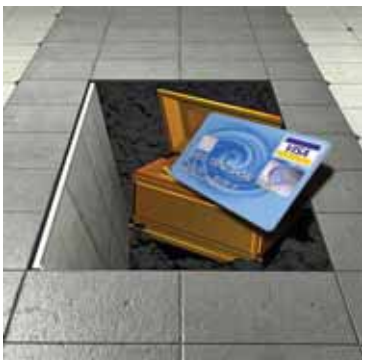
Pierre Lachapelle
DIRECTEUR VENTES ET MARKETING
Groupe Bo Concept

LE *BRANDING* AU LIEU DE VENTE MAXIMISE L'EXPÉRIENCE DE MARQUE DE VOS CLIENTS

un panneau-réclame à vos pieds

La promotion au lieu de vente est votre dernière chance de présenter votre produit au client avant la décision finale d'achat. Les graphismes de sol vous offrent cette exposition supplémentaire unique.

CARRELAGE DE VINYLE NOVATEUR



Dans le cadre d'une campagne de marketing intégrée, le carrelage de vinyle peut transformer l'environnement et avoir un impact positif sur les ventes. La saison des fêtes est l'occasion idéale pour mousser les ventes en transformant vos planchers en panneaux-réclame. Pour créer un lien affectif avec le client, les visuels de plancher peuvent commencer dès l'entrée du magasin avec un message de bienvenue, puis s'étendre dans les allées de marchandises de la marque ciblée.

IMPACT ÉTONNANT SUR LES VENTES !

Les magasins Klem's, qui ont fait l'essai de ce produit novateur, ont enregistré une croissance de 31% de leurs ventes, d'octobre à décembre 2008, comparé à la même période en 2007, et ce, malgré la récession.

AVANT

APRÈS

ENTRETIEN ET DURABILITÉ DE LA SURFACE

Cette nouvelle technologie d'impression du vinyle, livrée en « TUILES », permet une durabilité accrue. Les magasins peuvent continuer l'entretien ménager régulier avec les visuels en place. Ils peuvent même continuer à laver et cirer le plancher avec leur matériel et produits usuels.

NOUVELLE TECHNOLOGIE VERSATILE

Ce nouveau mode d'installation est révolutionnaire comparé aux pellicules pour trottoirs et planchers existantes. Il vous procure des visuels d'intérieur d'une qualité remarquable que vous pouvez utiliser pour actualiser votre image de marque et offre :

- Une très grande rapidité d'installation par « tuiles »
- Un fini lustré effet « wet look »
- Une plus grande durabilité
- Des formats variés (12 x 12 po ou 24 x 24 po)
- Une surface d'entretien facile et sans soucis

PROMOTIONS SAISONNIÈRES CAPTIVANTES

Les promotions sont un excellent moyen de rendre vos magasins plus attrayants et incitent les consommateurs à parcourir les allées et à acheter. À l'aide des graphismes de sol, vous pouvez créer des promotions saisonnières, pour des occasions ou des catégories en particulier, ce qui pourrait accroître vos ventes de façon significative.

POSSIBILITÉS ILLIMITÉES

Votre imagination est notre guide ! Il n'y a pas de limite aux formats ou formes que peut épouser votre visuel ; couloirs courbes, escaliers, combos mur-sol ou tout autre lieu public qui a besoin d'être rehaussé.

drupa 2012

LE HAPPENING MONDIAL DE L'INDUSTRIE ET UN *MUST* POUR LESNOUVELLES TECHNOLOGIES ET LES TENDANCES DU MARCHÉ

JOIGNEZ-VOUS DÈS AUJOURD'HUI À LA DÉLÉGATION DU QUÉBEC ET PROFITEZ DE LA PROMOTION PRÉINSCRIPTION*

DEUX SÉJOURS DISPONIBLES**

2 AU 9 MAI 2012

8 AU 15 MAI 2012

**+ forfaits à la carte

VOYAGE LM/ CWT VOUS AMÈNE À drupa DEPUIS 1977 ET VOUS OFFRE UN EXCELLENT FORFAIT « CLÉ EN MAIN »

En collaboration avec MAÎTRE IMPRIMEUR

*** En réservant avant le 15 novembre 2010, vous bénéficierez d'un rabais de 5 % et vous pourriez obtenir l'opportunité de voyager en classe affaires.**

print media messe drupa

world market print media, publishing & converting

düsseldorf, germany
may 3 - 16, 2012

- **Hébergement pour 6 nuits au Marriott Cologne ****+**
- **Transport aérien direct aller-retour de Montréal ou de Québec** (via Montréal)
- **Entrée à DRUPA pour 4 jours** et **catalogue des exposants**.
- **Repas : déjeuner buffet tous les matins** et **deux soupers réseautage**
- **Transport local par train rapide en 1ere classe de Cologne à Düsseldorf** et **retour** (environ 20 min)
- **Assistance professionnelle sur place assurée par des représentants de Voyage LM / CWT.**
- **PLUS :**
  - changement de nom possible jusqu'à 24 heures avant le départ
  - situation idéale pour combiner affaires + vacances
  - forfait à la carte disponible

Carlson Wagonlit Voyages®
Titulaire d'un permis du Québec

Pour information
et réservations :
Voyage LM ltée
TÉL. : 1 888 371-6151
TÉLÉC. :1 866 880-1121
ahoule@voyagelm.ca

Patricia Gougeon
JOURNALISTE
MI

De grandes annonces chez Cascades

Les choses bougent ces derniers temps chez Cascades. En mai dernier, l'entreprise québécoise a annoncé un investissement de l'ordre de 10 millions de dollars à son usine d'East Angus, en plus d'avoir lancé sur le marché le premier papier intelligent, soit un essuie-main antibactérien qui s'active au contact de l'eau. Un produit révolutionnaire qui a nécessité des années de recherches de la part de la compagnie.

Cascade a en effet décidé d'investir 10 millions de dollars à son usine d'East Angus, l'annonce a été faite le 31 mai par le président et chef de la direction de Cascades, Alain Lemaire, le président et chef de l'exploitation de Cascades Groupe Produits spécialisés, Mario Plourde et par le maire d'East Angus, Robert G. Roy.

De gauche à droite : Alain Lemaire, président et chef de la direction de Cascades, Mario Plourde, président et chef de l'exploitation de Cascades Groupe Produits spécialisés et Robert G. Roy, maire d'East Angus

L'investissement vise à construire une nouvelle unité qui sera consacrée à la pâte recyclée afin de fabriquer le papier recyclé de type Kraft.

Le nouveau bâtiment sera composé d'un système de trituration, de quais de chargements et d'un entrepôt de vieux papiers. On y transformera plus de 200 tonnes de vieux cartons quotidiennement.

Ces vieux cartons proviendront des différents centres de tri de l'entreprise. « Cet investissement s'intègre parfaitement à notre désir d'inclure un maximum de fibres recyclées dans nos produits. C'est une façon efficace de réutiliser localement une matière qui aurait possiblement fini au site d'enfouissement, et d'assurer du même coup la pérennité de l'usine », mentionne M. Lemaire.

« L'usine d'East Angus a entamé il y a quelques années un virage vers des produits plus respectueux de l'environnement. L'intégration de contenu recyclé et l'obtention de la certification FSC ont fait partie des actions mises en place, mais aussi la réduction de la consommation d'eau et d'énergie », ajoute Mario Plourde.

« Cet investissement s'intègre parfaitement à notre désir d'inclure un maximum de fibres recyclées dans nos produits. C'est une façon efficace de réutiliser localement une matière qui aurait possiblement fini au site d'enfouissement, et d'assurer du même coup la pérennité de l'usine »

NOUVEAU PAPIER INTELLIGENT

Toujours dans cette optique d'offrir de plus en plus de produits qui respectent l'environnement, Cascades innove également en lançant le premier papier intelligent. Il s'agit d'un papier essuie-main antibactérien à action prolongée.

Son fonctionnement est simple, le papier contient un produit antibactérien qui est libéré lorsqu'il entre en contact avec des mains mouillées. Cela permet de réduire les bactéries, mais en plus, il offre une protection de 30 minutes ensuite contre la contamination. En comparaison, les solutions antibactériennes qui sont couramment utilisées par le grand public et dont on retrouve plusieurs distributeurs maintenant

dans les grands centres d'achats, hôpitaux et cliniques, entre autres, protègent des contaminations pendant seulement quelques secondes, selon les dires d'Alain Lemaire.

Cascades est la première entreprise à offrir un produit du genre. D'abord lancé au Canada, on souhaite pouvoir l'offrir chez nos voisins américains en 2011 et éventuellement en Europe.

Ce papier intelligent est entièrement composé de papier recyclé et il aura fallu cinq ans de recherches et un investissement de 1, 5 million de dollars pour parvenir au résultat que l'on connaît. Le produit est totalement recyclable, biodégradable et compostable. Sa couleur verte découle du chlorure de benzalkonium qui est sans risque pour la santé. Même les nettoyants pour les verres de contacts en contiennent.

Il sera d'abord offert pour les secteurs où les bactéries doivent être contrôlées, comme l'industrie de la transformation alimentaire, la restauration, les cliniques, écoles et centres d'hébergements. Pour le moment, on ignore encore quand le grand public pourra se procurer ce produit innovateur.

Cascade estime que l'essuie-main antibactérien devrait générer un chiffre d'affaires d'environ sept millions de dollars pour sa première année sur le marché. Le produit est fabriqué à l'usine de Lachute, la première à avoir obtenu la certification environnementale LEED.

Ce papier intelligent est entièrement composé de papier recyclé et il aura fallu cinq ans de recherches et un investissement de 1, 5 million de dollars pour parvenir au résultat que l'on connaît.

Rappelons que l'entreprise Cascade a été fondée en 1964 et œuvre dans la fabrication, la transformation et la commercialisation de produits d'emballage et de papiers tissus composés surtout de fibres recyclées. La compagnie emploie 12 500 personnes dispersées dans une centaine d'unités en Amérique du Nord et en Europe.

Médiatech est fier de vous présenter...
Les nouvelles technologies d'encres HP Latex...
VOTRE AVENIR VOUS ATTEND!
Venez vite la voir!
Appelez-nous pour une démonstration à nos bureaux dès maintenant.
La nouvelle série d'imprimantes HP Designjet L25500
offre une polyvalence inégalée avec une vaste gamme d'applications durables extérieures et intérieures.
Elle permet en outre une impression facile et fiable.
De plus, elle vous aide à prendre le virage vert.
Progressive Profitable Printing
© 2009 Hewlett-Packard Development Company, L.P.
Les renseignements fournis peuvent être modifiés sans préavis.
Des MÉDIAS pour vos imprimantes GRAND FORMAT
Nouveau
• Papier FSC©
• Papier pour épreuve
• Distributeur des produits Magic
Magic
Médiatech
Papier d'impression numérique grand format
tél. 450 622-6066
sans frais 1 866 622-6066
www.mediatech.ca

Patricia Gougeon
JOURNALISTE
MI

DU MÉTIER de découpage à l'emporte-pièce

Le service de découpage est une des étapes possibles pour la réalisation d'un emballage ou document dans le monde de l'imprimerie. Malgré le manque de relève, le président fondateur d'Edicible, Max Dahan, demeure confiant face à l'avenir du métier. Au fil des années, son entreprise a su pallier au problème en offrant de la formation aux employés à l'interne. Toujours à l'avant-garde dans ce milieu en perpétuel évolution, M. Dahan demeure optimiste pour le futur et mise sur le partenariat.

Il y a 32 ans, Max et Roben Dahan fondaient Edicible. Aujourd'hui, l'entreprise offre des services de découpe, de reliure, de brochage et de finition. Le découpage à l'emporte-pièce consiste à la découpe de feuilles de carton ou de plastique avec un emporte-pièce afin d'ajouter un plus au document.

Aujourd'hui, certaines méthodes comme le découpage à injection automatique se font plus facilement. Il est même possible de procéder au découpage et à l'embossage en une seule et même étape, sur une même page, cela diminue le temps et est très intéressant pour les projets à grand tirage, par exemple. Chez Edicible, tous les clients sont pris en charge du début à la fin afin qu'ils aient un produit qui leur convient réellement.

Il existe des cours de base pour travailler sur ce genre d'équipement mais chez Edicible, il existe une formation à l'interne. « Nous avons différents profils de personnes. Des gens qui sont allés à l'école des Arts et métiers par exemple, des gens qui ont d'abord travaillé comme empileur sur des machines et qui ont suivi une formation ensuite. L'industrie est malade présentement, on manque de main-d'œuvre, alors nous avons voulu créer un bassin de jeunes en offrant des formations chez nous. Certains sont arrivés avec un simple secondaire 5, mais ils avaient la volonté d'apprendre le métier et ils sont opérateurs maintenant et forment eux-mêmes de nouvelles personnes également. Il fallait créer des opportunités pour les jeunes et qu'ils aient un intérêt, donc nous avons également investi afin que notre équipement soit toujours à la fine pointe de la technologie », mentionne M. Dahan. « Il existe certaines formations, mais pas nécessairement sur des équipements aussi performants. Mais le principe de base demeure le même », ajoute-t-il.

Max Dahan, président fondateur d'Édicible.

UN MILIEU D'AVENIR

Selon Max Dahan, tant que le *packaging* sera présent, il y aura de l'avenir dans le milieu. C'est prometteur, sinon il n'y aurait pas eu autant de nouvelles façons de faire dans les dernières années. Par exemple en *packaging*, les créateurs d'emballage ont besoin d'innover, d'être créatifs, car ce sont des produits qui se retrouvent sur les tablettes des magasins, les emballages doivent êtres attrayants afin d'attirer le client. Maintenant, il existe des emballages de toutes les formes, tous les formats; les progrès sont

continuels, pour cette raison, les entreprises doivent également faire beaucoup de recherches et de développement afin de suivre la cadence, sans devoir changer tous leurs équipements tous les ans. Le défi vert est également une chose à considérer. Il faut trouver des produits de moins en moins polluants et faire en sorte que tout ce qui peut être recyclé le soit.

L'industrie est malade présentement, on manque de main-d'œuvre, alors nous avons voulu créer un bassin de jeunes en offrant des formations chez nous. Certains sont arrivés avec un simple secondaire 5, mais ils avaient la volonté d'apprendre le métier et ils sont opérateurs maintenant et forment eux-mêmes de nouvelles personnes également.

Mais la clé pour l'avenir selon Max Dahan, c'est le partenariat. « Chez nous, les clients ne sont pas de simples clients, se sont des partenaires. Avec la crise que nous avons eue, il faut rester les coudes serrés. C'est la seule façon de passer à travers. Le partenariat est la clé de la réussite pour un Québec plus fort dans cette industrie. De plus, il faut réapprendre à faire les choses simplement. Revenir aux bases du métier. Cette crise est venue nous montrer nos faiblesses, maintenant il faut aller de l'avant. »

Et l'avant, c'est l'avenir. Les emplois dans le milieu sont nombreux pour les jeunes y compris comme découpeur. « Le métier de découpeur commence. On peut devenir opérateur assez facilement, cela demande seulement le temps d'acquérir de l'expérience, mais il y a des avenues très intéressantes. Il y a un avenir prometteur, c'est très loin d'être fini », conclut M. Dahan.

UNIGRAPH INTERNATIONAL INC.

Nouveaux produits novateurs

Après 2 années de recherche et de tests de produits, nous avons ajouté plusieurs nouvelles formules à notre liste sans cesse grandissante. De plus, sachant que la grande qualité et les rigoureuses normes d'essais de nos formules ne changeront jamais, nous sommes fiers de pouvoir vous offrir de nouveaux produits à prix concurrentiels.

Nouveau guide de produits maintenant disponible

Nos guides de produits mis à jour et nouvellement imprimés, un pour les presses à feuilles et un autre détaillé sur les produits pour les presses rotatives avec ou sans sécheur et les formules d'affaires, sont maintenant disponibles. Ces deux publications présentent de l'information sur les plus récentes formules publiées par Unigraph alors que notre département de R & D continue de demeurer à l'affût des derniers progrès technologiques dans la salle des impressions.

Pour demander une **démonstration** des produits d'Unigraph, veuillez communiquer avec votre distributeur autorisé Unigraph ou avec le service à la clientèle d'Unigraph au 1-800-996-9918.

Attendez-vous à recevoir un appel qui pourrait vous faire économiser des milliers de dollars !

Vous recevrez peut-être bientôt un appel d'un distributeur d'Unigraph qui pourrait bien vous faire économiser des milliers de dollars. Cet appel aura pour objectif de vous expliquer en quoi consistent nos séminaires techniques sur place. Nos séminaires permettent déjà à des imprimeries d'économiser des milliers de dollars en réduisant les temps d'arrêt et en maximisant la qualité des copies imprimées. Nombre de nos clients nous ont indiqué avoir réalisé des économies plus importantes que prévues. Si vous ne pouvez attendre cet appel plus longtemps, contactez notre service à la clientèle au 1-800-996-9918.

Presses à feuilles • Duplicateurs • Presses rotatives avec ou sans sécheur • Formules d'affaires

51, rue Beauvais, Delson (Québec) J5B 1W5 ♦ Tél. : 800-996-9918 ♦ Téléc. : 800-366-8812 ♦ service@unigraphinternational.com

Nathalie Charbonneau
DIRECTRICE DE L'INFORMATION
MI

EPSON
IMPRIMANTE EPSON *STYLUS® PRO WT7900*

Epson Canada a présenté récemment une nouvelle imprimante conçue pour améliorer la production des maquettes et des épreuves d'emballages. Elle profite de la technologie d'impression à base d'encre blanche aqueuse, la première au monde, et des plus récentes réalisations d'Epson en technologie d'impression à jet d'encre haute résolution. Ces percées ont créé une nouvelle façon d'imprimer avec la couleur blanche sur une vaste gamme de supports, y compris les pellicules enduites transparentes ou métalliques à jet d'encre. Conçue spécialement pour l'impression de la couleur blanche, l'imprimante utilise l'encre blanche UltraChrome® HDR de Epson, avec une nouvelle technologie de particules de résine organiques creuses qui forcent la dispersion aléatoire de la lumière, produisant ainsi l'illusion de la couleur blanche. Ces particules de résines sont à base d'eau et sans substances cancérigènes connues. Cette nouvelle approche à la production de la couleur blanche permet d'obtenir une densité de blanc très élevée et la possibilité d'en modifier la tonalité. Elle apporte également une stabilité chromatique professionnelle et immédiate pour la production d'épreuves couleur. L'imprimante peut produire des épreuves de tous les formats ou presque et permet de produire en toute facilité les épreuves des travaux d'impression flexographique et de gravure les plus complexes. Renseignements additionnels : **www.epson.ca**.

CANON
IMAGEPRESS C7010VP, C6010VP ET *C6010*

La nouvelle gamme de presses numériques de production couleur *imagePRESS C7010VP, C6010VP* et *C6010* de Canon présente une technologie avancée qui permet une meilleure rentabilité grâce à l'augmentation de la productivité et de la souplesse d'utilisation. Toujours à la recherche de nouvelles technologies pour l'impression professionnelle, Canon a utilisé son expérience et son

savoir-faire en impression numérique couleur pour mettre au point la nouvelle gamme *imagePRESS*, qui intègre le logiciel *X-Rite i1Process Control v3*, une version optimisée de son logiciel de gestion colorimétrique. Les nouvelles fonctions de ce logiciel permettent une prise en charge optimale des couleurs par les presses numériques *imagePRESS C7010VP*. Le logiciel permet entre autres aux utilisateurs d'accéder aux bibliothèques de couleurs *PANTONE®* les plus récentes et, grâce à la nouvelle fonctionnalité « *Print Safe Colours* », de visualiser les couleurs dans leur bibliothèque numérique et vérifier qu'elles seront correctement reproduites avant de lancer l'impression. La nouvelle gamme peut être connectée aux nouveaux contrôleurs Canon *imagePRESS Server 3200*, *2200* et *1200*. Utilisant la technologie *EFI*, ils ont un

nouveau système d'exploitation qui présente une vitesse de *RIP* et d'exécution des tâches plus élevée. Ces nouveaux contrôleurs sont équipés du moteur *Adobe's Pdf Print Engine* (*APPE*). Renseignements additionnels : **www.canon.ca**.

XEROX
IMPRIMANTE MULTIFONCTION *COLORCUBE SÉRIE 9200*

Au printemps 2009, Xerox a lancé l'imprimante multifonction (MFP) *ColorQube™* de la *Série 9200* avec une ambition simple soit de proposer des appareils couleur abordables qui diminuent l'impact des impressions de bureau sur l'environnement. Un an plus tard, partout dans le monde, les organisations ont pu constater qu'elle disait vrai. La technologie à encre solide produit un impact positif sur les activités et l'environnement. Cette imprimante multifonction à encre solide réduit de jusqu'à 62 % le coût des pages couleur comparativement aux appareils laser couleur conventionnels, et ce, sans compromettre la qualité d'impression. Cette imprimante multifonction utilise la technologie à encre solide exclusive de Xerox pour réduire l'impact environnemental de l'impression de bureau. L'appareil sans cartouche produit 90 % moins de déchets de fournitures et réduit les effets de la fabrication et du transport sur l'environnement. Le système multifonction imprime, numérise et reproduit à l'aide d'une technologie évoluée qui en simplifie l'utilisation et l'entretien. Les bâtonnets d'encre similaires à des crayons sont non-toxiques et faciles à charger. Parmi les clients ayant adopté cette nouvelle technologie, on compte Corus Entertainment, City Center (USA) et Capespan (Royaume-Uni). Renseignements additionnels : **www.xerox.com**.

ACQUISITION

GRAPHIQUE INNOVACHON
Installation d'un CTP chez Imprimerie B & E

De gauche à droite : Perry March, technicien d'Innovachon pour le service, Michel Vachon, président de Graphique Innovachon inc., Jean Taschereau, président d'Imprimerie B & E

En juin dernier, Graphique Innovachon procédait à l'installation d'un Système iCtP 2000 de Glunz & Jensen, à l'Imprimerie B & E à Sept-Îles.

Le Système iCtP de Glunz & Jensen est un procédé à la fine pointe de la technologie sans chimie résiduelle, plaque d'aluminium, le plus économique et le plus fiable sur le marché pour tout imprimeur utilisant des presses de moins de 30 pouces. Facile d'installation, d'opération et d'entretien.

Renseignements sur Graphique Innovachon, contactez
Michel Vachon
450 449-4400
www.innovachon.com
mv@innovachon.com

Renseignements sur Imprimerie B & E, contactez
Jean Taschereau
418 962-9616
www.imprimeriebe.com
service@imprimeriebe.com

Léo A. Thibault
PRÉSIDENT DU CONSEIL ET CHEF DE LA DIRECTION
Unigraph International inc.

Un problème volatil

Les COV (composés organiques volatils) sont dommageables pour de nombreuses raisons : ils peuvent causer des dommages à l'environnement en aidant à la formation du smog, ce qui endommage les récoltes et les forêts, et ils sont nocifs pour les poumons. Certaines solutions de lavage pour blanchet contiennent des produits chimiques appelés polluants atmosphériques dangereux (PAD), des substances qui peuvent aussi être néfastes sur la santé humaine et l'environnement.

En utilisant des solutions de lavage pour blanchet qui contiennent moins de COV, vous pouvez réduire de façon importante l'impact de vos activités sur la santé de vos employés et sur l'environnement. Vous pourriez aussi réduire vos exigences réglementaires. Pour connaître la teneur en COV et les autres composantes de la solution de lavage pour blanchet que vous utilisez, demandez à votre fournisseur et consultez les fiches signalétiques (FS) du produit. Les fournisseurs peuvent vous recommander des solutions ayant une teneur plus faible en COV.

NETTOYANTS À PRESSES : RÉSOUDRE LE PROBLÈME

L'histoire nous dicte que les meilleurs nettoyants à presses sont des solutions faciles à utiliser qui se dissolvent, qui font disparaître l'encre et qui s'évaporent rapidement. Nous savons aussi que ces nettoyants traditionnels sont habituellement composés de 90 % à 100 % de distillats de pétrole (COV).

Dans le contexte actuel, où les préoccupations environnementales sont plus que jamais un enjeu important et que les règlements deviennent de plus en plus stricts, les solutions de lavage à haute teneur en COV ne sont plus acceptables. L'objectif actuel pour les solutions de lavage à faible teneur en COV est de moins de 30 % de COV (selon le poids), ce qui correspond à environ 2,5 lb par gallon.

Évidemment, il faut se demander comment faire la transition entre un nettoyant à haute teneur en COV qui est efficace et un produit à faible teneur en COV plus écologique.

Malheureusement, aucune de ces alternatives n'offre de solutions parfaites. Les agents de surface habituellement utilisés dans la composition des nettoyants à base d'émulsions peuvent, s'ils ne sont pas bien enlevés, s'accumuler sur les rouleaux et les blanchets, nuisant au transfert d'encre, au montage et à l'émulsification. Les nettoyants à base d'huile végétale exigent souvent un rinçage, laissent un résidu graisseux et s'évaporent très lentement. Avec parfois plus de 15 périodes de nettoyage par jour, cela peut avoir un impact considérable sur les coûts de production. Inclure des nettoyages en profondeur périodiques à l'aide du *Uni O.D. Deglazer*. Terminer le processus en rinçant le tout, à l'aide du produit de nettoyage régulier Unigraph pour presses. Cela permettra d'éliminer l'accumulation d'agents de surface et s'avère une solution efficace pour maintenir un rendement maximal.

Bien que les nettoyants exempts de solvants soient efficaces et aient très peu d'impact sur la productivité, ils sont à l'origine de problèmes et de frustrations pour l'opérateur de presse. L'approche la plus pratique et économique est d'effectuer le transfert entre un nettoyant à base de solvants et une solution à faible teneur en COV en plusieurs étapes plutôt que du jour au lendemain. Bien qu'il soit essentiel de réduire la teneur en COV, les coûts liés aux reprises, au papier et à la qualité d'impression doivent être pris en compte.

COMMENT BIEN UTILISER LES NETTOYANTS À FAIBLE TENEUR EN COV

La transition vers un nettoyant à faible teneur en COV peut se faire sans sacrifice injustifié ni frustration. Les étapes suivantes peuvent éliminer certaines zones problématiques et faire de la transition une réussite. Bien que cette procédure n'élimine pas tous les COV, elle les réduit sans sacrifier le rapport coût-efficacité et la qualité d'impression. Choisissez un nettoyant à faible teneur en COV de bonne qualité, d'un fabricant reconnu.

Utilisez-le d'abord sur les rouleaux. Nettoyez-les en profondeur de temps à autre avec le *Uni O.D. Deglazer* et un produit de nettoyage régulier Unigraph pour éliminer l'accumulation d'agents de surface. Après avoir réussi cette opération quelques fois sur les rouleaux, utilisez le produit comme nettoyant à blanchet, toujours selon les recommandations du fabricant. Pour les nettoyages exceptionnellement plus difficiles, il faut utiliser un nettoyant traditionnel.

Pour éviter les problèmes, surveillez continuellement les rouleaux et les blanchets. Surveillez les signes d'accumulation d'agents de surface comme les résidus graisseux, les émulsifications d'encre, les mauvais transferts d'encre ou les nettoyages lents. Bien que cette procédure n'élimine pas entièrement tous les COV, elle les réduit de façon importante.

À ce jour, il n'existe pas de nettoyants à faible teneur en COV parfaits. Toutefois, avec un engagement ferme et une compréhension que ces nettoyants agissent de façon différente et exigent une attention particulière, ils peuvent permettre à une salle de presse d'éliminer un gros pourcentage des COV lors des nettoyages, et ce, sans compromettre l'efficacité et la qualité d'impression.

Le développement de nettoyants à faible teneur en COV plus efficaces et de meilleure qualité est un processus continuel. Choisissez celui qui convient le mieux à votre imprimerie.

Léo A. Thibault, président du conseil et chef de la direction chez Unigraph International inc.

Propulsez votre entreprise vers de nouveaux sommets.

La demande pour la couleur est en hausse. Elle monte en flèche. Pour profiter de cette croissance, vous voudrez peut-être accroître vos possibilités numériques afin d'aller au-delà des attentes de vos clients. C'est justement ce que nous avons déjà fait pour un très grand nombre de fournisseurs de services — et nous pouvons le faire aussi pour vous. Comment? En vous offrant la plus vaste gamme d'imprimantes numériques couleur, des outils intégrés de gestion du flux de production et de développement commercial et le soutien connexe. Tout ce dont vous avez besoin pour laisser vos concurrents loin derrière.

1 800 275-XEROX
xerox.ca/impression

À vos côtés dans vos défis xerox

BABILLARD

UNDE GRAPHIQUE

PRODUITS | SOLUTIONS D'AFFICHAGE

WWW.UNDE.CA 11 000 A, SHERBROOKE EST, local 35 MONTRÉAL (QUÉBEC) H1B 5W1 | T 514 493 6600 F 514 493 8461 SANS FRAIS 1 888 493 6606

PIETRO PERSECHINO Inc.

Spécialiste en découpage et collage

- Découpage à l'emporte-pièces
- Encollage à froid et à chaud de boîtes pliantes
- Pose de ruban adhésif à double face
- Pose de fenêtre (cellophane)
- Fenêtre rigide (Pick and Place)
- Banderolage (plastique ou papier)

Tél. : (514) 990-1720 / (450) 439-3251
Téléc. : (514) 990-1721 / (450) 439-3522

Propriétaires de presses

HAMADA

Malgré la fermeture du manufacturier japonais, le 1 juil.09, nous avons un vaste inventaire de pièces de remplacement d'origine et continuons à vous offrir le même service.

TeK GraphiX Réparation et entretien d'équipements d'imprimerie

Aussi les pièces pour;
Ryobi, Multilith, ABDick

1075, boul. Industriel, Granby.
1-450-378-9797 / 888-378-9752
www.tekgraphix.com

RELIURE SMART

OFFRE UN SERVICE COMPLET DE FINITION DES PRODUITS IMPRIMÉS!

8624, rue le Creusot
Saint-Léonard QC H1P 2A7

Tél 514 321-1869
Fax 514 321-0595
www.reliuresmart.com

- **Coupe • Pliage • Brochage**
- Pli porte-feuille & double
- Carte géographique 9 volets accordéon & 3 volets enveloppants
- Repliage de journal au quart de pli
- Assemblage automatisé & manuel
- Brochage à cheval (soft fold & hard fold)
- Cello
- Trous (1 à 5)
- Préparation postale
- Transport local

Boîtes Diana inc.

Spécialiste en découpage

Tél.: 450.435.2515
Téléc.: 450.437.1185

- Découpage
- Fabrication d'emporte-pièces
- Embossage
- Montage sur carton
- Montage manuel
- Collage automatique
- Service d'imprimerie

IMPACK
FINITION
Fort d'une équipe expérimentée dans le domaine de la finition, la mission d'**Impack** Finition est de devenir le partenaire de choix des fabricants d'emballages de carton plat pour leurs opérations de découpage, collage-pliage, insertion, etc.

1450, rue Nationale, Lachenaie (Québec) J6W 6M1
Tél. : 450 492-8588 Téléc. : 450 492-8858
www.impack .ca

INNOVACHON

DISTRIBUTEUR DE FOURNITURES POUR LES ARTS GRAPHIQUES

DISTRIBUTEUR POUR L'EST DU CANADA

iCtP GLUNZ & JENSEN

LA SOLUTION CTP !

iCtP

PLAQUE DE MÉTAL ✓
JUSQU'À 50,000 IMPRESSIONS ✓
ÉCOLOGIQUE ✓
SANS PROCESSEUR ✓
SANS CHIMIE... ✓

PlateWriter 2000

PlateWriter 2400

DÉMO
VOIR SITE WEB

www.innovachon.com

1 877 971-4400

Plus que du papier...

Pellicule étirable d'emballage

Boîtes de carton kraft

Pellicule thermorétractable

Boîtes pour papeterie

Rubans adhésifs

Emballage de protection

Courroies

Fournitures d'expédition

Service

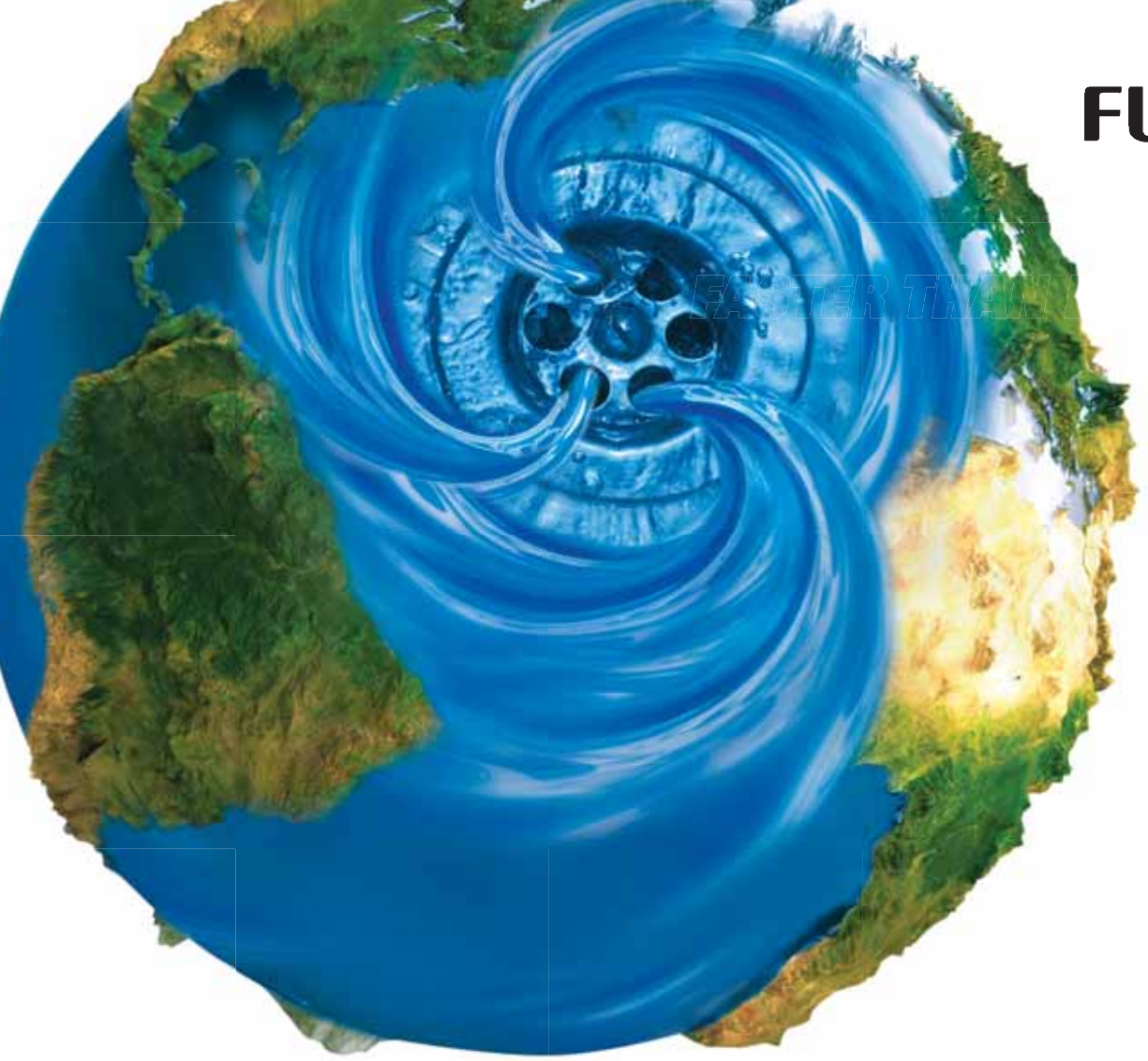
Contactez notre service à la clientèle au :
514 493-3222 ou 1 800 361-6866

Papier Coast®

Des gens connaissants. Des produits qui performent.

10000, boul. Ray Lawson
Ville d'Anjou (Québec) H1J 1L8

coastpaper.com
Ventes internes: 514.493.3222



FUJIFILM

tous les rejets de traitement ne sont pas tous bons pour l'environnement, cela a un impact sur chacun de nous.

Découvrez comment **Fujifilm Ecomaxx-T et Fujifilm LH-PJ** avec EcoPro peuvent faire une différence dans la réduction de votre empreinte carbone sans compromettre la vitesse, la qualité ou le rendement.

Fujifilm est déterminée à contribuer à votre compatibilité environnementale en vous offrant la plaque thermique la plus populaire au Canada. Moin de déchets. Plus sûre.

êtes-vous en conformité?

pour plus d'information, visitez www.fujigraphics.com/compliance